

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРИ
ПРЕЗИДЕНТОВІ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ РЕГІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУТ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

На правах рукопису

Апопій Геннадій Вікторович

УДК 351:327.7:061.1(477)

**ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО
ОБСЛУГОВУВАННЯ В УМОВАХ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ**

Спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним
господарством

Дисертація на здобуття наукового ступеня

кандидата економічних наук

Науковий керівник:

член-кореспондент НАН України,
доктор економічних наук, професор
Загорський Володимир Степанович

Львів – 2016

ЗМІСТ

Вступ.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СІЛЬСЬКОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ НА СЕЛІ.....	12
1.1. Теоретико-методичні засади сучасного розвитку і трансформації сільської торгівлі	12
1.2. Трансформація середовища розвитку і функціонування системи торговельного обслуговування в сільській місцевості.....	30
1.3. Система торговельного обслуговування на селі як об'єкт державного регулювання і підтримки в умовах активізації розвитку сільських територій	48
Висновки до розділу 1.....	69
РОЗДІЛ 2. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА СТРУКТУРНІ ЗМІНИ СИСТЕМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ.....	71
2.1. Стан, тенденції та характер розвитку системи торговельного обслуговування в сільській місцевості.....	71
2.2. Потенціал сільської торгівлі та ефективність його використання.....	89
2.3. Територіальна та економічна доступність сільського населення до торговельних послуг.....	112
Висновки до розділу 2.....	127
РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ.....	129
3.1. Концептуальні засади і положення трансформації торгівлі в сільській місцевості	129
3.2. Стратегічні пріоритети формування системи торговельного обслуговування у складі сільського ринку	145
3.3. Вдосконалення інституціонального та організаційно-економічного забезпечення розвитку системи торговельного обслуговування на селі.....	168
Висновки до розділу 3.....	185
ВИСНОВКИ.....	187
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	190
ДОДАТКИ.....	213

Вступ

Актуальність теми. Особливістю сучасного розвитку внутрішньої торгівлі України є її глибокі трансформації, які відбуваються під впливом інтеграційних чинників, конкурентних сил і макроекономічних структурних змін. Відповідно актуалізується проблема осмислення та наукового обґрунтування ефективних організаційних форм і структурних моделей торгівлі. Особливої гостроти набуває ця проблема відносно торгівлі в сільській місцевості у зв'язку з новою концепцією розвитку сільських територій.

На сучасному етапі характер розвитку сільської торгівлі, ефективність її функціонування і рівень конкурентоспроможності не відповідають стратегічним завданням соціальної політики держави на селі, перспективним перетворенням сільських територій і глобальним тенденціям розвитку аграрного сектору, оскільки торгівля на селі розвивається безсистемно, деформовано і протирічно. Ключова причина такого стану – відсутність сучасних фундаментальних наукових досліджень на цьому напрямі.

Зазначене об'єктивно зумовлює необхідність прискорення глибоких змін в територіальній організації торгівлі на наукових засадах із врахуванням активізації розвитку сільських територій і масштабних соціально-економічних перетворень на селі.

Теоретичні і прикладні проблеми розвитку і функціонування сільської торгівлі в різних типах і системах економіки, як органічна складова товарного ринку і форма товарно-грошового обміну розроблені в наукових працях О.Азарян, М. Арбютиної, І. Бланка, Л. Брагіна, Б. Вейтца, Д. Даусона, Дж. Єванса, В. Загорського, Л. Лігоненко, М. Леві, А. Мазаракі, І. Міщука, В. Павлової, В. Перебийноса, Н. Попадинця, Н.Сафонова, Н. Ситник, В. Тейлора, М. Чорної, Т. Футало. Проте сільська торгівля в їх працях розглядається крізь призму системи внутрішньої торгівлі країни.

Більш детально теоретико-методологічні засади і соціально-економічні

умови розвитку торгівлі в сільській місцевості досліджено в працях: В. Апопія, П. Балабана, С. Бабенко, О. Березіна, В. Гончаренка, О. Гуторова, Я. Гончарука, В. Іванюти, Н. Карпенко, Ю. Хом'яка, Л. Шимановської-Діанич, однак без належної ув'язки з розвитком сільських територій.

Таким чином, публікації за результатами досліджень розвитку сільської торгівлі в органічному взаємозв'язку з соціально-економічними перетвореннями на селі на засадах теорії сільського розвитку, по-суті, відсутні.

Теоретична і методологічна невизначеність щодо напрямків розвитку торгівлі в сільській місцевості в межах сучасних концепцій і стратегій соціально-економічних перетворень на сільських територіях зумовили актуальність теми дисертаційної роботи, визначили її мету, завдання і структуру.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація виконана відповідно до плану науково-дослідних робіт Львівського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України за темою «Теоретичні і прикладні засади створення умов ефективного використання конкурентних переваг регіональної економіки» (номер державної реєстрації 0115U001283), в якому автор систематизував детермінуючі чинники впливу на формування системи торговельного обслуговування на селі; та Львівської комерційної академії в межах наукових тем : «Стратегія управління економічним потенціалом на підприємствах торгівлі» (номер державної реєстрації 0110U06832), у якому автор систематизував види потенціалів торгівлі, обґрунтував місце і роль економічного потенціалу у їх складі, дослідив взаємозв'язок соціально-економічного, економічного та матеріально-технічного потенціалу сільської торгівлі; «Трансформації внутрішньої торгівлі та сфери послуг на інноваційних засадах» (номер державної реєстрації 0112U003207), у якій автором досліджено пріоритети розвитку торгівлі в сільській місцевості, механізми активізації інноваційної

діяльності підприємств сільської торгівлі.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методичних і науково-прикладних засад формування ефективної системи торговельного обслуговування в сільській місцевості в умовах активізації розвитку сільських територій України.

Відповідно до означеної мети були поставлені такі завдання:

- розкрити теоретико-методичні засади розвитку, сучасний зміст та функції торгівлі в сільській місцевості ;
- дослідити процеси трансформації середовища розвитку і функціонування торгівлі в сільській місцевості в умовах соціально-економічних перетворень на сільських територіях;
- обґрунтувати теоретичні положення і методологічні підходи розгляду сільської торгівлі як об'єкту державного регулювання та підтримки;
- проаналізувати сучасні соціально-економічні перетворення на селі, виявити і оцінити структурні зміни в сільській торгівлі;
- охарактеризувати потенціал сільської торгівлі і визначити шляхи його зміцнення у контексті розвитку сільських територій;
- оцінити доступність населення до торговельних послуг на сільських територіях;
- визначити стратегічні пріоритети розвитку торгівлі в сільській місцевості;
- обґрунтувати концептуальні положення і засади трансформації торгівлі на селі;
- запропонувати шляхи і механізми підвищення рівня соціально-економічної ефективності функціонування сільської торгівлі.

Об'єктом дослідження є процес розвитку торгівлі в сільській місцевості в умовах соціально-економічних перетворень на селі.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та науково-прикладні засади формування ефективної системи торговельного обслуговування в сільській місцевості у контексті розвитку сільських територій.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною основою роботи є положення теорій розвитку систем, трансформації, структурних змін, економіки та організації торгівлі, сільського розвитку, державного управління, аграрної політики, фундаментальні монографічні публікації вітчизняних і зарубіжних дослідників з обраної теми.

Дослідження проведені із застосуванням сукупності методів і способів наукового пізнання: абстрактно-логічний метод – для розкриття теоретичних і методологічних засад розвитку сільської торгівлі; системно-еволюційний – для теоретичного аналізу наукових поглядів на розвиток торгівлі і визначення її як системи; структурний аналіз – для вивчення структурних змін в системі торгівлі; інституціональний метод – для виявлення ролі формальних інститутів в державному регулюванні торгівлі; функціональний аналіз – для обґрунтування трансформацій в торгівлі на селі; економіко-математичні та економіко-статистичні методи – для прогнозування розвитку торгівлі в сільській місцевості, оптимізації її структури та обґрунтування стратегічних пріоритетів.

Інформаційну базу дослідження становили вітчизняне та зарубіжне законодавство, нормативно-правові акти Кабінету Міністрів, міністерств та відомств України, офіційні статистичні дані Державної служби статистики України, Міністерства аграрної політики та продовольства України, Укоопспілки, інформаційно-аналітичні та електронні матеріали Інтернету, власні аналітичні розрахунки.

Наукова новизна отриманих результатів і обґрунтованих автором положень і рекомендацій полягає у наступному:

вперше:

обґрунтовано і запропоновано науковий підхід до розуміння сутності системи торговельного обслуговування в сільській місцевості, що враховує соціально-економічний характер торгівлі, ґрунтується на виділенні функціональної, організаційної, соціально-економічної та територіально-регіональної підсистем та дозволяє обґрунтувати багатоцільовий характер її

функціонування.

удосконалено:

теоретичний підхід до обґрунтування сутнісної характеристики середовища розвитку системи торговельного обслуговування на селі, який на відміну від інших підходів, розглядає середовище системи торговельного обслуговування як багатогранну структуру взаємопов'язаних елементів (соціальне, економічне, організаційно-правове, інституціональне інноваційне, конкурентне середовище), кожне з яких є комплексом детермінуючих чинників, умов та обставин, впливаючих на еволюцію, характер та тенденції розвитку системи торговельного обслуговування; це дозволило виявити спрямованість та інтенсивність кумулятивного впливу середовища на функції і процеси, які відбуваються в системі торговельного обслуговування на селі;

систему державного регулювання і підтримки торгівлі в сільській місцевості, особливістю якої є визначення форм методів, засобів та інструментів економічного, соціального та адміністративного характеру, що дозволило забезпечити комплексність впливу державних органів на розвиток і функціонування системи торгівлі в сільській місцевості;

методичні підходи розрахунку обсягів продажу товарів за всіма каналами реалізації, у якому на відміну від існуючих, запропоновано коригування коефіцієнтів обсягів продажу в торгівлі при дослідженні загальнонаціонального товарообороту юридичних осіб і підприємств в сільській місцевості та визначенні секторальної структури товарообороту на селі, що дозволило визначити реальні масштаби сільської торгівлі і розмежувати товарооборот організованого та неорганізованого ринку;

методичний підхід до визначення сукупного потенціалу торгівлі на основі інтегральних показників, в якому, на відміну від існуючих, запропоновано враховувати наявні ресурси (матеріально-технічні, фінансово-економічні, трудові), резерви (організаційні, управлінські, ресурсні), зв'язки, відносини і механізми їх реалізації, що дозволило визначити ефективність його використання з позицій максимальних можливостей соціально-

економічного, організаційного і техніко-технологічного розвитку і функціонування сільської торгівлі;

отримали подальший розвиток:

концептуальний підхід до трансформації торгівлі в сільській місцевості в умовах територіально-регіональної децентралізації управління, в якому, на відміну від інших, досліджено багатоваріантність розвитку сільської торгівлі (кооперативний, адаптивний, диверсифікаційний) в умовах посилення автономії сільських територій, що дало можливість розробити концептуальну структурну модель системи торговельного обслуговування у складі сільського ринку та сформувати положення розвитку сільської торгівлі у контексті формування багатофункціональності села;

структурна модель сільського ринку як окрему сферу прояву і реалізації сукупності соціально-економічних відносин в сільській місцевості, яка на відміну від існуючих, враховує взаємозв'язок між товарною пропозицією, ринковим попитом, об'єктами товарної інфраструктури та інституційним забезпеченням сільської торгівлі, що дозволило обґрунтувати стратегічну мету його функціонування та визначити основні функції;

методичний підхід до визначення напрямків перспективного розвитку системи торговельного обслуговування в сільській місцевості на основі прогнозної економетричної моделі, що на відміну від існуючих, враховує залежність розвитку системи торговельного обслуговування в сільській місцевості від сукупності чинників економічного, соціального, організаційного правового характеру та дозволяє обґрунтувати стратегічні пріоритети формування і розвитку системи торговельного обслуговування в сільській місцевості на основі оцінки прогнозних значень основних параметрів розвитку сільської торгівлі;

структурна модель інституціонального забезпечення розвитку і функціонування сільської торгівлі, яка на відміну від існуючої, включає формальні та неформальні інститути, охоплює ринкові і адміністративні механізми, базові принципи, об'єкти впливу: сільську торгівлю, сільську

економіку, сферу споживання, соціальну інфраструктуру, сферу виробництва, та забезпечує якісне зростання торгівлі у сільській місцевості.

Практичне значення одержаних результатів полягає в обґрунтуванні теоретико-методичних підходів і прикладних рекомендацій стосовно розвитку і трансформації торгівлі в сільській місцевості відповідно до вимог соціально-економічних перетворень на селі в межах загальнонаціональних стратегій і програм розвитку сільських територій.

Прикладні положення та рекомендації щодо відновлення функцій кооперативної торгівлі на селі та активізації заготівельної діяльності прийняті до впровадження Всеукраїнською центральною спілкою споживчих товариств (Укркоопспількою) (довідка про впровадження № 05/02 від 18.01.2016 р.).

Рекомендації щодо посилення конкурентоспроможності і зміцнення конкурентних позицій сільської торгівлі впроваджено в систему кооперативної торгівлі регіону Спілкою споживчих товариств Львівської області (довідка про впровадження № 01-06/04-1 від 18.01.2016 р.).

Практичні рекомендації щодо оптимізації каналів реалізації аграрної продукції, стимулювання прямих зв'язків для створення інтеграційних господарських систем, організації сучасних форм дистрибуції аграрної продукції прийняті для реалізації Департаментом агропромислового розвитку Чернівецької обласної державної адміністрації (довідка про впровадження № 04-1/2-169 від 28.01.2016 р.).

Основні практичні рекомендації прийняті Департаментом економічного розвитку, торгівлі та промисловості Львівської обласної державної адміністрації для реалізації в програмах соціально-економічного розвитку регіону (зокрема, пропозиції щодо оптимізації соціальної структури торгівлі, розвитку багатоукладності, формування ефективної системи дистрибуції агро-продовольчих ресурсів (довідка про впровадження № 4-32-71 від 13.01.2016 р.).

Теоретико-методичні положення, висновки дисертації

використовуються у навчальному процесі Чернівецького кооперативного економіко-правового коледжу при викладанні курсів дисциплін «Комерційна діяльність» та «Логістика» (акт про впровадження від 2.02.2016 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійно виконаною науковою роботою. Усі наведені в дисертації теоретичні обґрунтування, наукові результати, практичні розробки, висновки та рекомендації одержані автором самостійно. Зі списку наукових праць, опублікованих у співтоваристві у дисертаційній роботі, використано лише ті положення та ідеї, які є результатом власних досліджень.

Апробація результатів досліджень. Основні результати дисертаційної роботи доповідалися на 5 науково-практичних конференціях: науковій конференції за підсумками науково-дослідницької роботи (м. Львів, 1993 р.); IV міжнародній науково-практичній інтернет-конференції «Мережевий бізнес і внутрішня торгівля України та країн СНД» (м. Полтава, 2014 р.); Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегічні напрямки відновлення економіки та соціальної сфери України в умовах системної кризи» (м. Львів, 2014 р.); науково-практичній конференції з міжнародною участю «Модернізація системи державного управління: теорія та практика» (м. Львів, 2015 р.), III-й Міжнародній науково-практичній конференції «Стратегічні імперативи сучасного менеджменту-2016» (м. Київ, 2016 р.)

Публікації. Основні положення та результати дослідження опубліковано в 14 наукових працях, у тому числі 1 підрозділ колективної монографії, 7 – у наукових фахових виданнях, 1 стаття – в зарубіжному виданні, 5 публікації за матеріалами конференцій. Загальний обсяг праць становить 5,4 друк. арк. (особистий внесок 4,8 друк. арк.).

Структура та обсяг дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, 22 додатків і списку використаних джерел (234 найменувань на 23 с.). Основний текст роботи викладено на 189 сторінках. Робота містить 35 таблиць і 29 рисунків.

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ТРАНСФОРМАЦІЇ СІЛЬСЬКОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ПЕРЕТВОРЕНЬ НА СЕЛІ

1.1. Теоретико-методичні засади сучасного розвитку і трансформації сільської торгівлі

Сільська торгівля (торгівля в сільській місцевості) як соціально-економічна категорія відображає складну систему відносин економічного обміну і водночас характерні соціальні риси такого обміну залежно від типу суспільно-економічної формації. Слід підкреслити, що в історичному плані ця категорія притаманна декільком способам виробництва і типам економічних систем.

На сучасному етапі, формування національної економічної системи ринкового типу, сільська торгівля виражає домінуючи товарно-грошові відносин, ринкові механізми обміну та їх соціальний зміст, зумовлений соціальним становищем села. Крім економічних і соціальних відносин сільська торгівля охоплює також широкий спектр інших видів відносин: організаційних, управлінських, комерційних, маркетингових, технологічних та інших. Функціонально-цільове призначення сільської торгівлі також багатоаспектне. Воно спрямоване на забезпечення товарно-грошового обміну, задоволення матеріальних потреб споживачів, врівноваження споживчого ринку, впливу на формування товарних ресурсів і програм виробництва, вирішення соціальних проблем села. Все це зумовлює множинність точок зору і наукових поглядів на сутнісну характеристику, природу, зміст і форми торгівлі в сільській місцевості.

Так, у сучасних наукових дослідженнях сільську торгівлю часто розглядають як: "канал розподілу", "сферу реалізації товарів", "підгалузь", "форма обміну", "вид економічної діяльності", "соціально-економічну підсистему". Не вдаючись в детальний теоретичний аналіз зауважимо, що всі зазначені терміни правомірні залежно від мети дослідження.

Сільська торгівля як "канал розподілу" широко трактувалася в соціалістичній системі господарства, коли товарно-грошові відносини були надзвичайно обмежені і по-суті, практикувався плановий розподіл товарних ресурсів. Планомірний розподіл "ресурсів для товарообороту різних територій країни мав бути строго орієнтованим на конкретну структуру попиту і доходів в кожному регіоні [64, с 437].

В умовах ринкових відносин жорсткий розподіл товарних ресурсів за каналами реалізації через квоти, ліміти, фонди неможливий і непотрібний. Що стосується плановірності і узгодженості функціонування торгівлі зі суміжними галузями, балансової ув'язки, потреб товарних ресурсів, наявних доходів населення, норм споживання та проблема залишається актуальною і загострюється по мірі лібералізації торгівлі. На сучасному етапі торгівлю як канал реалізації розглядають в дослідженнях логістики та дистрибуції, а маркетингологи трактують його як "розподільчий канал".

Термін "сфера торгівлі" носить просторовий характер і вказує на просторові і часові обмеження товарного обігу і набуває сенс в соціальних, регіональних, соціально-політичних та інших дослідженнях, що служить основою створення загальнонаціональних, галузевих та регіональних програм та стратегій. Так, дослідження теоретичних основ організації підсистеми торгівлі дозволяють стверджувати, що "торгівля та окремі її елементи функціонують у часі і просторі" [221, с.26]. Такий підхід закладає науковий фундамент для оптимізації розміщення підсистем торгівлі та їх об'єктів, ефективної просторової організації торгівлі.

Вітчизняні дослідники торгівлі А. Мазаракі, І.Бланк [110], О.Лігоненко [105], В.Лагутін [103], В.Апопій [5], М.Чорна [220], П.Балабан [14] у своїх працях розглядають торгівлю як "форму обміну" виходячи з того, що торгівля забезпечує обмін як стадію відтворювального процесу суспільного продукту. Вони вірно вважають, що обмін є центральним моментом у сфері торгівлі. Розгляд торгівлі, як організаційно-економічної форми обміну має суттєве значення для розуміння основного змісту і мети торговельної

діяльності. Така теорія визначає головну функцію торгівлі – функцію обміну, яка не обмежена лише реалізацією моменту обміну, а охоплює більш широкий діапазон: організацію товарного руху, підготовку і оптимізацію процесу обміну, досягнення еквівалентного відшкодування витрат.

Разом з тим, розгляд торгівлі крізь призму "форми обміну" обмежує предмет дослідження переважно методом економічної теорії в рамках дистрибуції при тому, що функціональна структура торгівлі багатомірна. а її діяльність різностороння: економічна, соціальна, організаційна, комерційна, маркетингова, логістична. Тому для розкриття сутісної характеристики торгівлі потрібен діяльнісний підхід.

Сільська торгівля як "вид економічної діяльності" визначається відповідно до Класифікатора видів економічної діяльності (КВЕД), який діє в Україні з 2001 року.

У КВЕД такий вид за міжнародною класифікацією віднесено до секції G "Торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів, і товарів". Секція G містить функціональні розділи, які деталізують види торгівлі: торгівля автотранспортними засобами, запчастинами і ремонт; оптова торгівля; оптове посередництво; роздрібна торгівля.

Крім основних видів діяльності в сільській торгівлі виконуються допоміжні процеси: транспортування, зберігання, фасування, маркетинг, інформація, облік, фінансова, інвестиційна діяльність.

На практиці широке розповсюдження набули також додаткові види діяльності. До них можна віднести: рекламу, послуги, масове харчування, прокат, лізинг та інші.

Таким чином, за міжнародної класифікації сільська торгівля як вид економічної діяльності характеризується широким спектром процесів основних, допоміжних і додаткової діяльності, які складають зміст її функціонування.

Відповідно сутність сільської торгівлі як виду економічної діяльності є забезпечення потреб в товарах і послугах сільського населення, інших

споживачів, розташованих в сільській місцевості (підприємств, соціальних закладів) у формі купівлі-продажу, а також залучення в економічний оборот агропродовольчих ресурсів. Важливо підкреслити, що йдеться не про забезпечення традиційно вузьких потреб населення в товарах індивідуального користування, а широкого задоволення матеріальних потреб сільського населення, аграрного, підприємницького сектору на селі, соціальної сфери в товарах, засобах виробництва, сировини, транспортних засобах, послугах. Крім того, особливий акцент робиться на залучення через канали сільської торгівлі в економічний оборот продукції сільського господарства і продуктів її переробки. В цьому принципово новий підхід у розкритті сутності сільської торгівлі від існуючих дефініцій.

Сутність сільської торгівлі визначає її багатоцільовий характер функціонування. Відповідно основні цілі можуть бути сформульовані наступним чином:

- забезпечення потреб сільських споживачів (фізичних та юридичних осіб) в товарах і послугах у формі купівлі-продажу.
- залучення в обороті агропродовольчих ресурсів сільських товаровиробників;
- сприяння соціально-економічних перетворень на сільських територіях;
- відшкодування витрат і отримання прибутку.

Узагальнюючи теоретичний аналіз сутісного змісту сільської торгівлі як соціально-економічної категорії можна сформулювати наступні її трактування (рис. 1.1).

Для цілей даного дослідження доцільно насамперед використати сутісний зміст сільської торгівлі, як вид економічної діяльності, що дозволяє пізнавати основні її теоретичні та практичні аспекти, виявити закономірності і тенденції її розвитку, визначити механізми регулювання, а також прогностичні оцінки. В цілому функціональний підхід відіграє широкий простір для дослідження сільської торгівлі тому вихідним моментом тут слід вважати розкриття її функціональної структури.

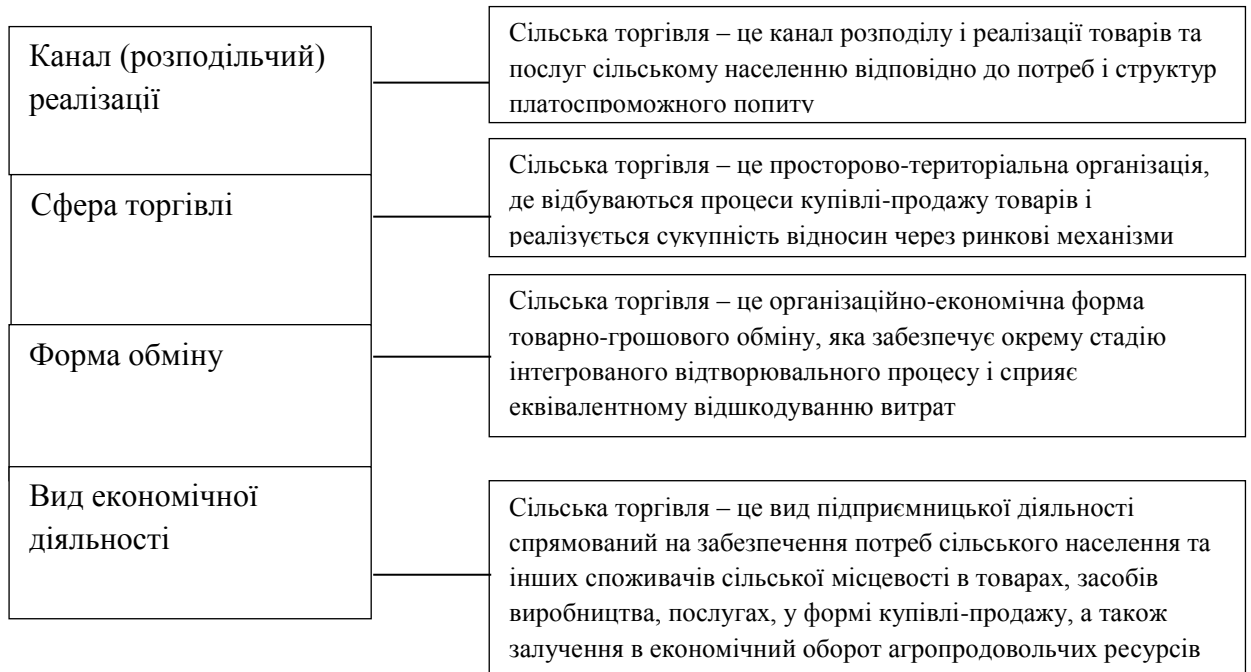


Рис.1.1. Тракткування сутності сільської торгівлі (розробка автора)

Функціональна структура відноситься до інтегрованих категорій. В сільській торгівлі вона проявляється як сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених видів діяльності, які ієрархічно поділені на основні, допоміжні та додаткові. Така структура визначає профіль і призначення сільської торгівлі, її місце в економічній системі.

Слід зауважити, що у порівнянні з теоретичною моделлю КВЕД (секція G) в силу своєї специфіки, функціональний зміст сільської торгівлі дещо звужений. Він охоплює окремі сегменти роздрібної торгівлі, частково оптову торгівлю і торговельне посередництво, сільську мережу аптек та АЗС, а також торгівлю послугами.

Сільська торгівля, як організаційно-економічна територіальна організація не обмежена лише функціональною структурою. Вона складається також з організаційної, соціально-економічної, регіональної структури, які органічно взаємопов'язані.

Організаційна структура сільської торгівлі включає організаційну

побудову суб'єктів та об'єктів торгівлі різного організаційно-правового статусу. Особливо ускладненою ця структура стала у наслідок демонополізації торгівлі в сільській місцевості. Так, поряд з організаціями і підприємствами споживчої кооперації на селі функціонують численні суб'єкти різних відомств і систем, а також фізичні особи підприємці. В останні роки інтенсивно розвиваються об'єкти віртуальної торгівлі.

Інша структура – соціально-економічна виражає соціальну та економічну сутність сільської торгівлі і складається з таких компонентів, як форми власності, кадровий персонал, члени-пайовики споживчої кооперації, об'єкти соціального обслуговування, оборотні та необоротні активи, товарні запаси. Всі ці структурні компоненти взаємодіють між собою, а також з іншими структурами забезпечуючи тим самим не тільки функціонування, але й розвиток сільської торгівлі.

Характерною для сільської торгівлі є територіально-регіональна структура, яка проявляється в розміщенні об'єктів торгівлі в різних категоріях сільських населених пунктів всіх регіонів України. Їх спеціалізація, інтеграція, кооперування, а значить і концентрація торговельної діяльності.

В цілому структура сільської торгівлі багатогранна. Її можна представити наступним чином (додаток А, рис. А.1.).

Рис. А.1. підтверджує багатогранність і цілісність структури сільської торгівлі спроможної забезпечити цільове функціонування в складі національної економіки.

Разом з тим, така структура є фундаментом формування і функціонування системи торговельного обслуговування.

Система торговельного обслуговування в сільській місцевості (СТОСМ), як і будь-яка соціально-економічна система являє сукупність взаємозалежних і взаємопов'язаних елементів, що складають єдине ціле і взаємодіють узгоджено для досягнення загальної мети. Така дефініція дає

загальне уявлення про систему торговельного обслуговування, тому для розкриття її сутнісної характеристики потрібно визначити низку характерних рис.

Дослідники систем в сфері торгівлі [137, с.17-33; 209, с.10-14; 78, с.72-86] обґрунтовано виділяють наступні характерні риси:

- сукупність впорядкованих елементів (структур, підсистем, об'єктів торгівлі), що взаємопов'язані і перебувають у різносторонній залежності;
- підпорядкованість дій складових системи виконанню соціально-економічних функцій сільської торгівлі;
- стійкі та цілеспрямовані відносини і зв'язки між складовими системи;
- єдність організації системи торгівлі та еволюційний її розвиток;
- синергізм.

Організовану систему в торгівлі Футало Т.В. визначає з позицій інтегрованої цілісності: "...впорядкована сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів, частин, підсистем, що закономірно утворюють інтегровану цілісність, спрямовану на виконання поставленої мети" [217, с.11]. Таке визначення виводить систему торговельного обслуговування із стану агрегованої конгломеративності і надає їй форму інтегрованої цілісності, що дуже важливо для формування її структури.

Це означає, що система торговельного обслуговування об'єднує об'єкти різnorodної діяльності: роздрібної, оптової торгівлі, торговельного посередництва, громадського харчування, які функціонально взаємопов'язані і виконують різні стадії процесу товарно-грошового обміну і надання послуг.

Отже, за своїм складом СТОСМ дещо ширше, ніж сільська торгівля. Відповідно і спектр видів діяльності ширший, оскільки крім торгової діяльності охоплює посередницьку діяльність, комерційну, маркетингову, надання послуг, інфраструктурне обслуговування. В СТОСМ аналогічно до сільської торгівлі поряд з економічними відносинами в різних формах проявляються соціально-економічні, організаційні, технологічні, які

реалізуються через розгалужену систему зв'язків, ринкових механізмів та інструментів державного регулювання.

Відтак можна стверджувати, що "сільська торгівля" і "система торговельного обслуговування в сільській місцевості" з позицій функціональності є генетичними поняттями, сутнісно і змістовно спорідненими, а за цільовим призначенням ідентичними. Саме через систему торговельного обслуговування розкриваються найбільш суттєві властивості і функції сільської торгівлі.

Таким чином, соціально-економічна система торговельного обслуговування в сільській місцевості являє собою впорядковану сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних складових (підсистем, елементів), які закономірно утворюють єдине ціле в межах сільських територій і взаємодіють з метою активного формування і мобілізації товарних ресурсів, ефективної реалізації товарів і послуг сільським споживачам відповідно до їх потреб, сприяння соціально-економічних перетворень на селі.

Така дефініція розкриває сутність СТОСМ і дозволяє виділити основні її ознаки. Основними ознаками даної системи можна вважати:

- впорядковану сукупність складових, тобто розташування в сільській місцевості суб'єктів (юридичних осіб, фізичних осіб, підприємців, роздрібних, дрібнороздрібних об'єктів, підприємств оптової торгівлі, масового харчування, побутових послуг, власної інфраструктури), а також споживачів – учасників торгівлі (сільське населення, соціальні заклади, підприємницькі структури);
- господарські і загальноекономічні зв'язки (економічні, соціальні, технологічні, коопераційні, інтеграційні) та відносини (головним чином, товарно-грошові);
- механізми взаємодії: ринкові та адміністративні;
- форми організації, методи управління;
- кількісні та якісні параметри: характеристики.

З огляду вищенаведених ознак можна представити наступну структуру системи сільської торгівлі (додаток Б. рис. Б.1.).

Масштаби і характер діяльності сільської торгівлі вимагають науково обґрунтованих засад функціонування тобто системи економічних законів, принципів, відносин, зв'язків, дійових механізмів. Проте, теоретико-методичні засади розвитку системи торговельного обслуговування в умовах ринкових відносин слабо вивчено. По-суті, не визначені методологічні підходи організації та управління розвитком, структурних змін і трансформації такої системи.

Складні процеси та явища, які відбуваються в СТОСМ знаходять вираження насамперед в економічних законах, які проявляються в соціальних, правових організаційних формах. Для системи торгівлі найбільш характерними є: закон вартості, закон єдності товарного і грошового обігу, закон конкуренції та закон попиту і пропозиції.

Закон вартості, як і всі економічні закони, виражає внутрішньо необхідні сталі і суттєві зв'язки між різними державами, властивостями економічних явищ і процесів. У даному випадку закон виражає зв'язки між витратами і цінами забезпечуючи еквівалентний обмін в умовах вільної конкуренції через механізми попиту і пропозиції. Основна мета цього закону – відповідність цін на товари суспільно необхідним витратам при оптимальному співвідношенні попиту і пропозиції. Проте, досягти еквівалентності обміну в СТОСМ надзвичайно складно, оскільки вартісноутворюючі фактори деформовані, динамічні і "розпилені" за різними галузями і країнами, що не дає можливість орієнтуватися на середньогалузеві витрати.

Так, товарні ресурси для торгівлі в частині непродтоварів на 65-70% формуються зарубіжними фірмами і поступають на внутрішній ринок України через імпорт. Визначити тут суспільну трудову вартість товару, як основи для ціни дуже складно. Що стосується продовольчих товарів, то вітчизняне виробництво забезпечує близько 2/3 потреб, однак ціноутворення

також не слідує закону вартості. Справа у тому, що половина агропродовольчих ресурсів для торгівлі формується в сфері дрібного товарного виробництва тобто особистих підсобних господарствах, де не ведеться облік живої і уречевленої праці. В сільськогосподарських підприємствах такий облік ведеться, але ціноутворення проблематично із-за дотацій і пільг, які надаються аграрному сектору у розмірах близько 10 млрд. грн в рік.

Таким чином, в СТОСМ закон вартості може досягти мети і забезпечити еквівалентність обміну при вдосконаленні конкуренції і підтриманні рівноваги попиту і пропозиції. Для цього потрібно:

- формувати конкурентне середовище в сільській місцевості і зміцнити конкурентний потенціал системи торговельного обслуговування;
- розвивати довгострокові, інтеграційні, коопераційні, партнерські взаємозв'язки СТОСМ з товаровиробниками з метою забезпечення їх ефективної взаємодії на споживчому ринку;
- посилити вплив торгівлі на формування виробничої програми постачальників з тим, щоб випускати продукцію у відповідності з потребами ринку і структурою попиту.
- раціоналізувати товарне забезпечення торгівлі, скоротити ланковість товарного руху, оптимізувати бізнес-процеси і логістичні схеми.
- відновити функції кооперативної торгівлі як соціально-орієнтованої організації, зацікавленої у стримуванні цін.

Крім вирішення проблем об'єктивно необхідно переглянути форми, методи та інструменти регулювання суспільного відтворення. Йдеться про активізацію ролі і модифікацію господарсько-політичного механізму. Один з дослідників цього важливого економічного напрямку С. Ніколенко доводить, що "... на сучасному етапі еволюції системи товарного виробництва сформувався новий господарсько-політичний механізм, який поєднав у собі і конкурентно-ринкові, і регульовано-ринкові, і державні форми регулювання та саморегулювання, утворивши певну інституційну систему, формування та

підтримки загальноєкономічної рівноваги" [129, с. 21]. Загальна тенденція сучасної модифікації господарсько-політичного механізму на думку автора статті, полягає у підвищенні його динамічності, гнучкості, адаптованості, до швидких змін у потребах суспільства.

В СТОСМ господарсько-політичний механізм повинен забезпечити стихійно-конкурентне саморегулювання, що базуються на дії закону вартості та державне втручання в регулювання соціально-економічних процесів.

Поряд з законом вартості, закономірності розвитку торгівлі в значній мірі визначає закон конкуренції, який виражає необхідні і сталі зв'язки між суб'єктами торговельного підприємництва, а також між споживачами товарів. В СТОСМ конкурентна боротьба ведеться за найвигідніші умови реалізації, за рівень цін на товари і послуги, за якість торговельних послуг.

Форми вияву закону конкуренції різні:

- внутрішньосистемна конкуренція, міжгалузева;
- вільна, монополістична, олігополітична;
- цінова, нецінова;
- чесна, недобросовісна конкуренція.

Слід підкреслити, що для сільської торгівлі цей закон є вагомим рушійною силою, проте на сьогодні і ще необхідні умови для його повноцінної дії.

По-перше, багатоукладність торгівлі як необхідна умова закону конкуренції не досягнута. Аналіз показує, що в торгівлі на селі домінує приватна форма власності. Інші форми власності складають лише 15-18% від кількості суб'єктів. По-друге, цінова конкуренція, як найбільш ефективний метод ще в 90-х роках вичерпав себе і нині переважає нецінова конкуренція. По-третє, в умовах функціонування в торгівлі чисельних дрібних торговців конкуренція носить стихійний характер і переважно є недобросовісною, про що свідчить усунення кооперативної торгівлі із сільського ринку і значні обсяги тіньового обороту товарів і грошей.

Для ефективної дії закону конкуренції в торгівлі необхідно:

- активізувати роль державних органів у формуванні конкурентного середовища, вдосконаленні антимонопольного законодавства та механізмів регулювання конкуренції;
- реально розвивати всі форми власності, оптимізувати співвідношення приватної й інших форм власності, які нині малопомітні в СТОСМ, підтримувати і стимулювати багатокладність в цій системі;
- суттєво підвищити конкурентний потенціал торгівлі за рахунок скорочення витрат інновацій, покращення інфраструктури, підвищення якості і культури обслуговування.

Інший, характерний для торгівлі, економічний закон – це закон попиту і пропозиції, який виражає взаємозалежність між попитом і пропозицією. В ідеалі закон прагне до встановлення рівноваги між попитом і пропозицією за допомогою такого важеля як ціна. Однак досягти такого стану навіть теоретично проблематично. В торговельній практиці найкращий варіант – встановлення динамічної рівноваги між попитом і пропозицією.

На сільському ринку через платоспроможний попит проявляється лише частина потреб сільських споживачів товарів та послуг, оскільки наявні доходи сільського населення низькі і їх вистачає лише на товари першої необхідності. Відповідно в товарообороті сільської торгівлі до 80% складають продтовари, значною залишається частка натурального споживання.

В той же час пропозиція товарів і послуг зростає, але оскільки це не приводить до зниження цін, то збільшуються товарні запаси, сповільнюється їх оборотність (до 40-50 днів до обороту), зростають витрати обертання.

Закон попиту і пропозиції вимагає відповідних умов для реалізації, які повинні бути створені в торгівлі. Зокрема:

- підвищення платоспроможності сільського населення і господарюючих суб'єктів в сільській місцевості, рівень доходів яких неприпустимо низький.

Грошові доходи сільського жителя не перевищують половину

загального рівня цього показника в Україні, при тому що останній є одним із самих низьких в Європі;

- розширення практики реалізації товарів з розстрочкою платежу (при тому що проценти за кредит повинні бути знижені у 5-6 разів), передача обладнання, засобів виробництва, транспортних засобів у лізинг, а сільгоспінвентаря на прокат;
- активізація вітчизняного товарного виробництва, вирішення проблеми імпортозаміщення формування сукупної пропозиції за рахунок переважно власних товарних ресурсів;
- створення умов для нормального функціонування закону єдності товарного і грошового обігу, зменшення впливу валютних курсів на рівень цін;
- формування в сільській торгівлі служб і маркетингових центрів з вивчення кон'юнктури ринку, попиту на товари і послуг, визначення прогнозних оцінок, змін і тенденцій на сільському ринку.

Таким чином, дія об'єктивних економічних законів в торгівлі значно стримується внаслідок слабкої теоретико-методологічної бази дослідження їх особливостей на сучасному етапі, нового змісту і механізмів дії, відсутності умов для їх реалізації.

Особливе місце в сутнісній і функціональній характеристиці системи торговельного обслуговування займають відносини і зв'язки, які мають об'єктивний характер. Справа в тому, що між елементами СТОСМ відбувається постійний процес взаємодії, де в різних формах проявляються сукупність відносин, головним чином, соціально-економічні, організаційно-економічні у меншій мірі технологічні. Зв'язки в такому процесі (господарські, міжгосподарські, коопераційні, інтеграційні та інші) забезпечують реалізацію відносин тобто виконують складні функції специфічного механізму їх вияву і реалізації.

Соціально-економічні відносини в СТОСМ характеризують форми власності організаційних елементів системи, соціальну та економічну мету, їх структуру. Пріоритет розвитку приватної форми власності об'єктів

системи торговельного обслуговування, що ґрунтується на помилкових теоріях переваг цієї форми, позбавив усю систему багатокладності, оскільки привів до деградації інших систем торгівлі, насамперед, кооперативної торгівлі. Відповідно виявилось деформованою вся тріада відносин власності: розпорядження, володіння і користування.

Так, щодо відносин розпорядження в рамках приватної форми власності, то при розладжених і законодавчо слабо врегульованих механізмах реалізації власності, спостерігається суттєвий конфлікт інтересів елементів системи, гальмується створення нових, перспективних організаційно-правових форм; у тому числі, інтегрованих за участю торгівлі.

Відносини користування в СТОСМ переважно реалізуються у поєднанні з володінням і широко проявляються у впровадженні методів господарювання та управління – оренди, лізингу, франчайзингу, факторингу, довірчого управління. Оскільки зазначені відносини невідосконалені нові методи господарювання впроваджуються повільно і фрагментарно. Крім того, з цих же причин гальмуються інтеграційні процеси, спільне інвестування, диверсифікація торговельної діяльності.

Друга важлива складова сукупності відносин СТОСМ – це організаційно-економічні відносини, які зумовлюють розвиток ресурсного потенціалу системи і форми організації бізнес-процесів.

Аналіз матеріально-технічної бази системи торговельного обслуговування, економічного потенціалу, концентрації, типізації, спеціалізації торгівлі на селі показав, що організаційно-економічні відносини обмежено впливають на зазначені процеси з причин невідосконалених умов для їх ефективної реалізації.

В сукупності засад розвитку і функціонування СТОСМ, крім економічних законів і відносин, особливе місце займають принципи, тобто основоположні правила організації та впровадження торговельної діяльності.

Набір принципів торгівлі різноманітний, що зумовлює необхідність їх систематизації. В літературі зустрічаються різні підходи до поділу

принципів, проте із врахуванням особливостей системи торговельного обслуговування в нових умовах розвитку такий поділ відсутній. На наш погляд, принципи характерні для сільської торгівлі, можуть бути об'єднані у такі групи (додаток В, табл. В.1).

Згідно табл. В.1, сукупність принципів розвитку, функціонування і трансформації сільської торгівлі розміщено у трьох блоках:

- загальні (базові) принципи;
- організаційно-управлінські принципи;
- функціональні принципи.

Такий поділ найбільш оптимальний для дослідження засад розвитку СТОСМ. Зупинимось більш детально на базових принципах. Цей блок об'єднує п'ять загальних принципів, характерних для системи у цілому. Базові принципи відрізняються фундаментальністю і довготривалістю. Вони вимагають стійких умов і ефективних механізмів для реалізації.

Так, принцип науковості вимагає фундаментальних наукових обґрунтувань розвитку торгівлі, сучасних теорій, концептуальних положень, узагальнення прогресивного вітчизняного і зарубіжного досвіду і, безперечно, надійних прогнозних оцінок. Незважаючи на фундаментальні дослідження основ торгівлі протягом останніх десятиліть, наукова база розвитку СТОСМ залишається малорозробленою, а деколи її аспекти взагалі не досліджено. Що стосується прогнозів розвитку системи торгівлі, то вони відсутні.

Недооцінка принципу науковості приводить до безсистемності, диспропорційності у розвитку торгівлі, неузгодженості з іншими складовими економіки села, низької ефективності функціонування і соціальної відповідальності.

Принцип свободи вибору відноситься до підприємницької діяльності торгівлі. Тому він широко реалізується у всіх її сегментах і проявляється в широкому спектрі видів діяльності суб'єктів господарювання. Умови для реалізації принципу свободи вибору в торгівлі створені, однак її

функціональна структура залишається вузькою з причин, пов'язаних зі специфікою сільського попиту і споживання.

Наступний принцип – інноваційність, реалізація якого сприяє модернізації торгівлі, впровадженню досягнень науково-технічного прогресу, розвитку нових технологій на базі електронних комунікацій і, в кінцевому рахунку, підвищенню рівня конкурентоспроможності.

Принцип інноваційності досить слабо реалізується в торгівлі загалом і сільській торгівлі зокрема. Торгівля, де функціонує сотні тисяч суб'єктів господарювання впроваджує не більше 10-15 нововведень в рік відповідно до придбаних ліцензій. Частка нематеріальних активів в основних фондах торгівлі не перевищує 3%.

Основна причина такого стану криється у відсутності інвестицій на інновації з одного боку і недооцінці важливості суміжного принципу – науковості.

Активізація інноваційної діяльності в торгівлі об'єктивно вимагає:

- стимулювання інноваційного розвитку через механізми кредитування, інвестування, оподаткування, підтримку і захист інноваційних об'єктів, впровадження системного обліку нематеріальних активів;
- диверсифікації джерел фінансування інновацій, створених інноваційних фондів внутрішньогосподарських, галузевих, регіональних, загальнонаціональних;
- включення СТОСМ до загальнонаціональних, регіональних і тематичних програм і стратегій інноваційного розвитку.

Важливий принцип, специфічний для сільської торгівлі – це доступність (фізична та економічна) споживачів до товарів і послуг. Він розкриває можливість сільського населення користуватися послугами торгівлі. Цей принцип орієнтує сільську торгівлю на максимальне наближення об'єктів торгівлі до споживачів і організацію їх якісного обслуговування за доступними цінами.

Фізична доступність сільського населення до торговельних об'єктів проблематична. По-перше, третина сільських населених пунктів України не має об'єктів торгівлі. По-друге, середня відстань до магазину на селі складає не 1,5-2 км за нормами, а 3-5 км.

Основна причина такого стану – низька забезпеченість сільського населення торговельними площами магазинів – менше половини від нормативів.

Що стосується економічної доступності, то проблема досить гостра. Рівень цін на продовольчі і непродовольчі товари в сільській торгівлі є вищим, ніж в містах, а грошові доходи – у два рази нижчими. З цих причин міграція покупок сільського населення в містах неприпустимо велика – більше 60%.

В цілому виникає серйозна соціально-економічна проблема, вирішення якої залежить від створення умов для реалізації принципу доступності шляхом:

- нормативного забезпечення сільського населення торговельними площами магазинів диференційовано за категоріями сільських поселень;
- державної підтримки діяльності суб'єктів торгівлі на селі, особливо у депресивних районах, створення мережі соціальних магазинів, стимулювання торговельного підприємництва в сільській місцевості;
- обмеження зростання цін в сільській торгівлі за рахунок дотацій, пільг, спрощених режимів оподаткування, зменшення плати за землю.

В умовах ринкових відносин особливого значення набуває базовий принцип конкурентоспроможності, дія якого спрямована на зміцнення конкурентного потенціалу суб'єктів торгівлі шляхом модернізації і диверсифікації їх діяльності, вдосконалення методів конкурентної боротьби і реалізації конкурентних переваг сучасних об'єктів торгівлі.

Таким чином, базові принципи визначально діють на розвиток і трансформацію сільської торгівлі, разом з тим їх реалізація проблематична з

причин відсутності належних умов дії та відповідних механізмів активізації їх впливу на основні аспекти діяльності торгівлі.

Узагальнюючи теоретичний аналіз засад розвитку СТОСМ, можна стверджувати, що структурно вони представляють загальні і специфічні економічні закони, широкий спектр відносин та зв'язків, базові принципи, регулятори, які у сукупності формують науково-теоретичні основи її розвитку (рис.1.2). Засади розвитку системи торговельного обслуговування не виступають лише абстрактно-теоретичними категоріями, а знаходяться у постійній взаємодії і пронизують всі процеси та явища, намагаючись розвивати їх в межах ідеальних моделей.

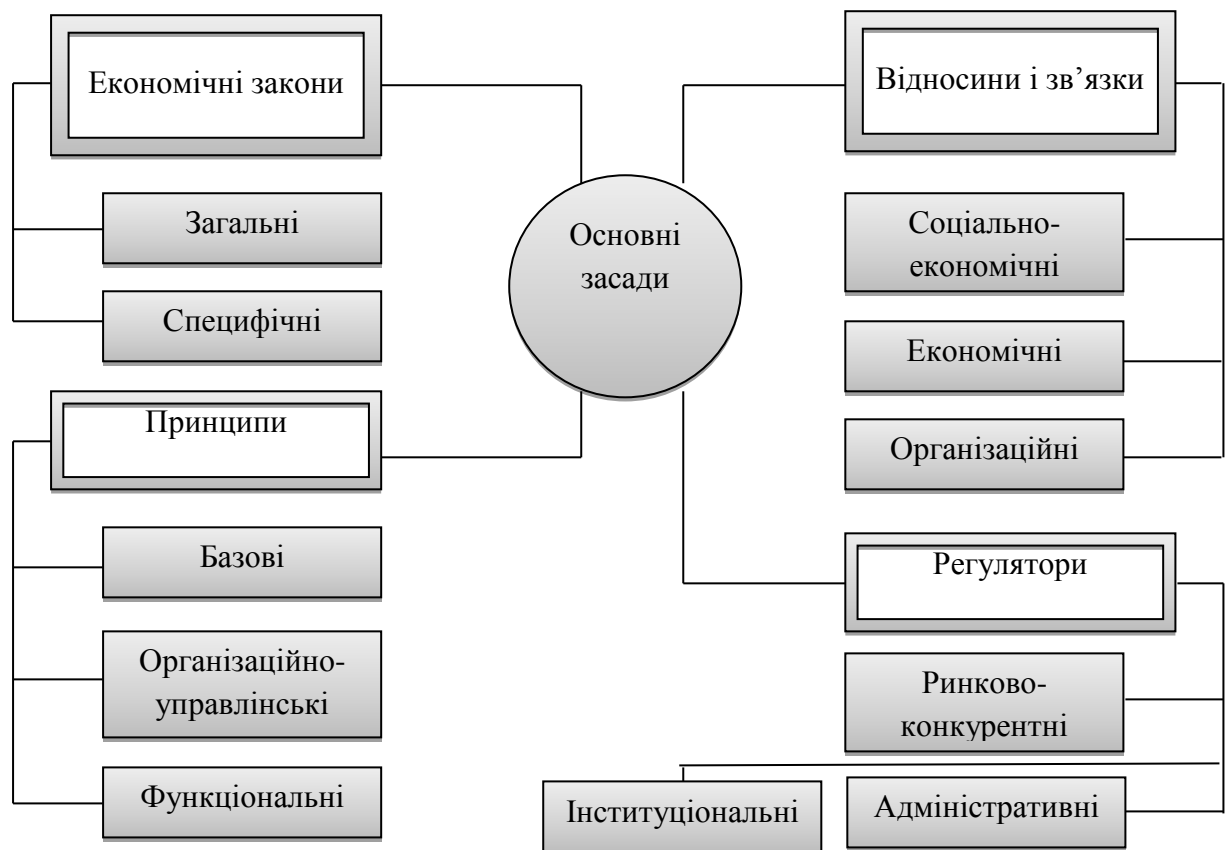


Рис.1.2. Засади розвитку сільської торгівлі у ринковому середовищі
(розробка автора)

Ефективність впливу значною мірою залежить від умов реалізації засад, які нині невідосконалені і вимагають глибоких змін шляхом

трансформації середовища розвитку торгівлі і формування ефективної системи торговельного обслуговування в сільській місцевості.

1.2. Трансформація середовища розвитку і функціонування системи торговельного обслуговування в сільській місцевості

Сучасний розвиток системи торговельного обслуговування об'єктивно обумовлено ендогенними та екзогенними чинниками впливу, які формують відповідно внутрішнє і зовнішнє середовище. За своєю сутністю середовище являє комплекс детермінуючих факторів, умов та обставин, що впливають на еволюцію, закономірності та тенденції розвитку торгівлі, а також ефективності її функціонування.

Отже, середовище - категорія складна, багатомірна і, крім того, динамічна. Структурно воно охоплює організаційні форми і структури, адміністративні та територіальні утворення, суспільні інститути, соціально-економічні системи, процеси, ринкові механізми і регулятори, інституціональне забезпечення та інші компоненти.

Для середовища характерно декілька рівнів: мікросередовище, макросередовище, глобальне середовище.

Середовище розвитку і функціонування СТОСМ має свої особливості. Воно характеризується:

- а) укладом, способом та образом життя сільського населення;
- б) багатофункціональністю села;
- в) специфікою аграрної сфери;
- г) поселенською структурою і демографічними особливостями;
- д) соціально-економічним становищем сільських територій;
- е) інфраструктурним забезпеченням;
- ж) структурою, характером і змістом сільської торгівлі;
- з) торговельною політикою.

Всі ці особливості надають середовищу розвитку системи торговельного обслуговування специфічних рис, конкретного змісту і структури, які суттєво відрізняють її від загального середовища розвитку внутрішньої торгівлі. Тому в процесі вивчення, теоретичного і практичного аналізу зазначені особливості повинні бути враховані. Для більш глибокого розгляду середовища розвитку СТОСМ, крім виявлення особливостей і відмінних рис важливо визначити різновидності середовища, його структуру і систематизувати їх (додаток Г, табл. Г.1).

Склад середовища можна поділити на 10 органічно взаємопов'язаних блоків, з яких перші сім мають виражений функціональний характер і відносяться до базових, а три останні – переважно процесуальний характер.

Всі складові середовища характеризуються складною і динамічною структурою. Можна стверджувати, що система торговельного обслуговування постійно відчуває вплив кожної із зазначених складових, причому різної спрямованості і сили. Зміни в розвитку сільської торгівлі еволюційного характеру відбуваються під впливом базових умов, а шокового, "революційного" характеру – нових умов ринкового змісту.

Важливо також зауважити, що зовнішнє середовище зумовлює стратегічні зміни, в той же час внутрішнє середовище викликає зміни адаптивного характеру.

Всі види середовища настільки взаємопов'язані і взаємообумовлені, що навіть при самому глибокому аналізі кожного з них можна не виявити загального характеру, змін, тенденцій і закономірностей у розвитку торгівлі. Для отримання цілісного уявлення потрібен інтегральний підхід і в цьому полягає методологічна складність аналізу трансформаційних процесів середовища.

За своєю сутністю трансформація середовища являє собою цілеспрямований процес перетворення внутрішніх складових та структурні зміни, що приводять до формування якісно нового середовища. Такий процес

не тільки цілеспрямований, але й порівняно тривалий, тобто відбувається у так званому перехідному періоді.

Таким чином, методологічний підхід до теоретичного аналізу трансформації середовища в сільських територіях повинен формуватися на таких засадах:

- трансформації середовища проявляються в одночасному демонтажі (усуненні) застарілих елементів і формуванні нових, більш прогресивних;
- трансформації виражаються у якісному оновленні змісту і форм елементів середовища сільських територій;
- структурні зміни зовнішнього середовища відбуваються внаслідок оновлення змісту і форм окремих елементів середовища, причому з певним лагом;
- внутрішнє середовище торгівлі є похідним від зовнішнього і носить адаптивний характер;
- перехідний період трансформацій середовища в сільських територіях значно триваліший за аналогічний період трансформації національної економіки (1990-2000рр.) в силу особливостей сільського укладу.

Зазначені засади дозволяють проаналізувати і оцінити трансформації середовища, які відбулися в сільських територіях.

Розглянемо спочатку об'єднані блоки соціально-економічного, соціально-демографічного і соціально-культурного середовища, тобто інтегрально-соціального середовища.

Тут найбільш радикальні зміни спостерігаються у напрямку власності, демографії, трудової зайнятості і матеріальних та духовних потреб.

В сфері власності аграрного сектору економіки зміни відбулися надзвичайно глибокі: колгоспно-кооперативна власність, а також державна власність радгоспів була трансформована спочатку у колективну, а пізніше у приватну через механізм майнових сертифікатів. Цей механізм виявився настільки неефективним, що за роки реформ виробничий потенціал аграрного сектору, зосереджений у крупнотоварних господарствах, був нещадно зруйнований.

Якщо в 1990р. вартість виробничих засобів сільського господарства сягала близько 80 млрд. крб., то нині цей показник скоротився у 5-6 разів.

Інший важливий аспект власності в аграрному секторі – земельні відносини. Близько 7 млн. громадян отримали державні акти на право власності на земельні ділянки. В результаті парцелязації землі на одного жителя села приходиться 4,2 га землі. Загалом у приватній власності перебуває не менше 75% сільськогосподарських угідь, а 25% – у державній власності. відповідно до стратегій і програм розвитку аграрного сектору ці співвідношення збержуться і в перспективі.

Таким чином, магістральним напрямком реформи власності є і залишається досягнення домінуючих позицій приватної власності і всієї сукупності відносин цієї форми, що з точки зору теорії шлях не беззаперечний, а з позицій практики – малоефективний, оскільки при монополії приватної власності порушуються принципи багатокладності.

Відомі українські вчені, академіки О.Онищенко та В.Юрчишин у зв'язку з цим застерігали, що наслідком форсування перетворень власності на селі "...став розгляд тотальної приватизації у сільському господарстві, а також підприємств переробної продукції, технічно-обслуговуючих, міжгосподарських, виробничо-господарських та інших структур, як єдиної можливої панацеї для досягнення невідомо якої кінцевої мети" [135, с.6].

В кінцевому рахунку в межах сільських територій сформувалося середовище приватної власності. Інші форми власності стали допоміжними. Особливо глибокої "ерозії" зазнала колективна форма власності, яка традиційно домінувала на селі і сягала на початку реформи 70-71% в аграрному секторі. Нині частка цієї форми знизилася до 3%.

Таким же закономірностям слідували всі види економічної діяльності на селі, у тому числі торгівля. Сільська торгівля, яка історично функціонувала на базі колективної форми власності в системі споживчої кооперації, у нових умовах докорінно змінила свою структуру, асортиментну політику, типізацію і спеціалізацію, розміщення об'єктів торгівлі, і також

стратегію розвитку. Кількісні та якісні зміни розвитку кооперативної торгівлі у новому середовищі (1990-2015 роки) проявилися наступним чином:

- мережа магазинів роздрібної кооперативної торгівлі скоротилася з 73 тис.од. до 8 тис.од., тобто у 9 разів; відповідно торговельні площі зменшилися у 6,7 раз;
- у громадському харчування кількість об'єктів скоротилася у 7 разів. Нині у сільській місцевості функціонує близько 2 тис. кооперативних об'єктів масового харчування;
- особливо суттєвої руйнації зазнав потенціал трудових ресурсів. Якщо в кооперативній торгівлі і громадському харчуванні на початку реформ було зайнято близько 450 тис. осіб найманих працівників, головним чином, сільських жителів, то у 2015 р. їх чисельність складала лише 2,7 тис.осіб;
- скорочення матеріально-технічного і трудового потенціалів в споживчій кооперації привело до суттєвого звуження масштабів торгівлі. Кооперативна торгівля, яка займала абсолютне лідерство на селі і близько 25-27% в обороті країни скоротило товарооборот до 8,4% в сільському товарообороті і до 0,8% в роздрібному товарообороті країни.

Таким чином, у новому середовищі спостерігається катастрофічна деградація кооперативної торгівлі – системи, яка ефективно функціонувала на селі протягом півтора століття. Слід особливо підкреслити, що ігнорування колективної форми власності на селі можна вважати стратегічною помилкою. Колективна форма власності має не менше переваг ніж приватна. "По-перше, колективна власність виражає економічну свободу трудових колективів. По-друге, така власність сприяє органічному поєднанню особистих, колективних і суспільних інтересів. По-третє, відносини колективної власності перебувають на більш високому ступені розвитку порівняно з приватною" [12, с.86].

В сфері сільської торгівлі процес ліквідації колективної форми власності супроводжувався інтенсивним розвитком приватної форми.

Фізичні особи-підприємці стали домінуючою категорією структури сільської торгівлі. З 47,6 тис. магазинів, 5 тис. об'єктів дрібнороздрібної торгівлі і 7,5 тис. кафе, їдалень, ресторанів близько 75% належить фізичним особам-підприємцям. Зауважимо, що мережа приватного сектору малопотужна – середній розмір магазину не перевищує 60 кв.м. В цілому, приватний сектор сільської торгівлі відрізняється високою витратоємкістю, несприятливістю до сучасних технологій, перспективних інвестицій і соціальних програм.

Оцінюючи середовище, що сформувалося в сільських територіях у наслідку трансформацій форм власності можна констатувати, що воно суттєво розбалансовано, деформовано і не носить характер моноукладності сільської економіки. Його можна охарактеризувати, як неприйнятне для інноваційного розвитку.

Поряд з формами власності на формування нового середовища в сільських територіях активно впливають такі соціально-економічні чинники як демографічна ситуація, трудові ресурси, кадри, трудова активність населення. Всі ці чинники органічно взаємопов'язані, тому доцільно розглядати їх кумулятивну дію.

На селі проживає третина населення країни, тобто близько 14,5 млн. осіб і ця кількість має стійку тенденцію до скорочення. Тільки за 2000-2010 роки чисельність сільського населення зменшилася на 1,6 млн. осіб у наслідку депопуляції, міграції та з інших причин. Якісна структура жителів села така, що лише 6,8 млн. осіб можна віднести до економічно активного населення. Це означає, що на 1000 осіб працездатного віку припадає 780 осіб непрацездатного, а у деяких регіонах остання категорія переважає. Проте, навіть при таких деформованих пропорціях виникає гостра проблема трудової зайнятості. За офіційною статистикою близько 3 млн. осіб зайнято у сільському господарстві. Фактично найманих працівників нараховується не більше 0,7 млн. осіб. В цілому явне і скрите безробіття на селі сягає значних масштабів. Так, серед молоді до 35 років рівень безробіття досяг 50,1%. На

одну вакантну посаду на селі претендують 32 кваліфікованих працівники [85, с.200].

Соціально-демографічна ситуація, що склалася негативно впливає на поселенську структуру. В Україні нараховується 27,5 тис. сільських поселень, з яких близько 40% малі поселення – з числом жителів до 200 осіб. Причому ця категорія населених пунктів має тенденцію до деградації. У кінцевому результаті щорічно з карти України зникають 20-25 сільських населених пунктів.

Отже, під впливом соціально-демографічних чинників в сільських територіях склалося несприятливе середовище з точки зору розвитку і ефективного функціонування торгівлі. Аналогічна оцінка характерна для середовища, що сформувалося у наслідку трансформації власності (рис.1.3).



Рис. 1.3. Соціально-економічне середовище розвитку системи торговельного обслуговування (розробка автора)

Сільська торгівля адекватно реагує на зміни у соціально-економічному середовищі сільських територій. Як видно з рис. 1.3 під впливом зовнішнього середовища відбувається витіснення кооперативної торгівлі з традиційного

для неї сільського ринку, надмірного роздрібнення об'єктів торгівлі, унеможливлення спеціалізації і типізації, перегляду асортиментної політики, передислокації об'єктів торгівлі з малих поселень (до 200 жителів), де торговельна діяльність об'єктивно збиткова.

Ще більш глибокі зміни відбуваються в іншому середовищі, яке інтенсивно формується під впливом ринкових чинників – економічному середовищі.

Економічне середовище сільських територій відрізняється складною структурою умов і чинників впливу. Його особливість полягає у тому, що: по-перше, воно охоплює три сфери – сільське господарство, сільську економіку і селянство, а також фінансову економічну систему; по-друге, економічне середовище постійно змінюється і трансформується під впливом об'єктивних та суб'єктивних чинників, як ендегенних, так і екзогенних; по-третє, таке середовище має визначальне значення для розвитку економіки села, у тому числі торгівлі в сільській місцевості (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Склад і структура економічного середовища сільських територій

Склад економічного середовища	Структура економічного середовища	Чинники впливу на економічне середовище
Виробничий потенціал сільського господарства	Галузі сільськогосподарського виробництва	1. Природо-кліматичні 2. Мотиви та економічні інтереси 3. Економічна модель 4. Аграрна економічна політика 5. Фінансово-кредитна політика 6. Система оподаткування 7. Цінова політика 8. Платоспроможність 9. Конкуренція 10. Глобалізація
	Матеріальні і нематеріальні ресурси	
	Обсяги і структура виробництва	
Види економічної діяльності на селі	Види несільськогосподарської діяльності	
	Масштаби і структура економіки села	
Економічні механізми і відносини	Механізми економічного зростання	
	Механізми відтворення	
	Механізми регулювання	
	Економічні відносини і зв'язки	
Фінансова система та інвестиційна база	Фінансові активи	
	Інвестиційні джерела	
	Фінансові механізми	
Результати економічної діяльності	Валовий дохід, виручка	
	Споживання, накопичування	
	Витрати, збитковість	
	Прибуток, рентабельність	
	Економічна ефективність	

Примітка. Розробка автора

Таке середовище, судячи з табл. 1.1, представляє широкий комплекс умов, що впливають на соціально-економічний і техніко-технологічний розвиток аграрного сектор села і селянства. Кількісні і якісні зміни у такому середовищі, а також глибинні трансформації, зумовлюють різноманіття чинників.

Економічне середовище в сільських територіях формується, переважно, за рахунок реалізації виробничого потенціалу сільського господарства. Такий потенціал включає необоротні активи аграрного сектору, оборотні активи і фонд оплати праці, тобто сукупні ресурси, насамперед, підприємства. За даними балансів підприємств на початку 2015 року сукупні ресурси сільського господарства перевищували 300 млрд.грн., що слід вважати критично малий потенціал. Він складає лише 5,4% ресурсного потенціалу національної економіки. На одне сільськогосподарське підприємство приходить не більше ніж 5,3 млн. грн. активів. Зауважимо, що в Німеччині, наприклад, рівень ресурсного забезпечення аграрних підприємств на порядок вище. Суттєво відстає вітчизняний аграрний сектор також відносно інших країн Європейського співробітництва.

Такий стан ресурсної бази аграрної сфери України стримує темпи і масштаби сільськогосподарського виробництва. Продукція аграрних підприємств складає нині не більше 57% обсягу виробництва колгоспів і радгоспів у 1990р. (в цінах 2010 року), а в цілому по сільському господарстві індекс фізичного обсягу виробництва сягає 80% рівня 1990 року.

До інших негативних наслідків функціонування слабкого виробничого потенціалу сільського господарства можна віднести: суттєві проблеми у сфері землекористування, деформована структура виробництва, низька продуктивність праці, високі витрати виробництва, недостатній рівень конкурентоспроможності продукції. Зазначені наслідки складають значну загрозу розвитку не тільки аграрного сектору, але й сільських територій.

Поряд з потенціалом аграрної сфери вплив на формування економічного середовища сільських територій мають також інші види економічної діяльності. Йдеться про об'єкти несільськогосподарського призначення, які можуть бути поділені на такі групи:

- виробничі (лісового господарства і лісозаготівлі, розроблення кар'єрів, промислові, переробні, будівництва, транспорту);
- обслуговування (торгівля, ресторанне господарство, готелі, туризм, зв'язок, побутові послуги, технічне обслуговування, ремонт, заготівлі, обслуговуючі кооперативи);
- соціального призначення (дошкільні заклади, школи, училища, лікарняні заклади, санаторії, заклади культури, спорту, бібліотеки, обмінні пункти, кредитні товариства). Крім того, в сільській місцевості розташовані інженерні споруди, об'єкти інфраструктурного забезпечення, військові об'єкти. Всі ці об'єкти зумовлюють багатофункціональність розвитку сільських територій.

Разом з сільським господарством вони зміцнюють економіку села, сприяють соціальному розвитку, вирішенню гострої проблеми трудової зайнятості, формування людського капіталу, покращенню соціально-культурних і побутових умов життя, збільшення доходів.

За даними широкомасштабних соціологічних досліджень основним економічним джерелом існування села є не сільське господарство, а інші види діяльності. Так, на запитання "За рахунок яких економічних джерел існує Ваше село?" тільки третина опитаних вказала на сільське господарство. У той же час 25% відповідей було за рахунок торгівлі, 15% – приватного бізнесу, 8,7% – сфери послуг [190].

Таке ж становище спостерігається і в інших країнах. Згідно даних зарубіжних вчених "на початку XXI століття 30-35% доходів домогосподарств на сільських територіях отримувалися від здійснення несільськогосподарських видів діяльності" [191].

Проте більш глибокий аналіз показує, що в економіці сільських територій альтернативи сільському господарству носять переважно

теоретичний характер. На практиці несільськогосподарські види діяльності малорозвинуті. Як показують дослідження "...практично в половині сільських населених пунктів (14 тис.од.) немає жодних виробничо-управлінських підрозділів або інших суб'єктів господарської діяльності" [189, с.201]. Така ситуація пояснюється багатьма причинами: низька щільність розселення жителів сільських місцевостей, значна кількість малих поселень (до 200 жителів), відсутність інвестицій, державної підтримки, професійних кадрів, незадовільне інфраструктурне забезпечення.

Економічні умови сільських територій формуються не тільки під впливом виробничих факторів, а й фінансової системи та інвестиційної бази.

Основою фінансової системи є фінансові активи суб'єктів господарювання в сільському господарстві, а також в інших сферах економіки села. Оборотні активи сільськогосподарських підприємств перевищують 175 млрд.грн. Вони формуються, головним чином, за рахунок виручки від реалізації продукції, яка склала у 2013 р. більше 120 млрд.грн. Крім того, державна бюджетна підтримка сільського господарства складала 6,9 млрд.грн. або 756 тис.грн. на одне підприємство. Сільське господарство отримало 12,5 млрд.грн. прибутку або 3,1 млн.грн. на одне підприємство. Все це вказує на потенційну платоспроможність сільськогосподарських підприємств.

З позицій інтересів торгівлі важливо також проаналізувати економічну базу платоспроможності сільського населення. Доходи сільського населення формують: оплата праці найманих працівників – 86 млрд.грн., в тому числі в сільському господарстві – 13-14 млрд.грн., доходи власників паїв – 2,1-2,3 млрд.грн., доходи від продажу сільгосппродукції – 20,4 млрд.грн., пенсії, допомоги – 83 млрд.грн. В цілому грошові доходи сільського населення сягають 195-200 млрд.грн. в рік.

Таким чином, купівельна спроможність сільського населення і платоспроможність суб'єктів господарювання можна оцінити як задовільні.

Економічні умови сільських територій характеризуються ще одним

важливим чинником – інвестиційною базою та інноваційною активністю. Капітальні інвестиції в сільському господарстві складають 19-20 млрд.грн. при потребах на порядок вище. Прямі іноземні інвестиції також незначні – кумулятивно всього 839 млн.дол.США або 1,4% загального обсягу прямих інвестицій в Україні.

Цілісне уявлення про тенденції в економічному середовищі, що склалися в сільських територіях, можна отримати з рис.1.4.

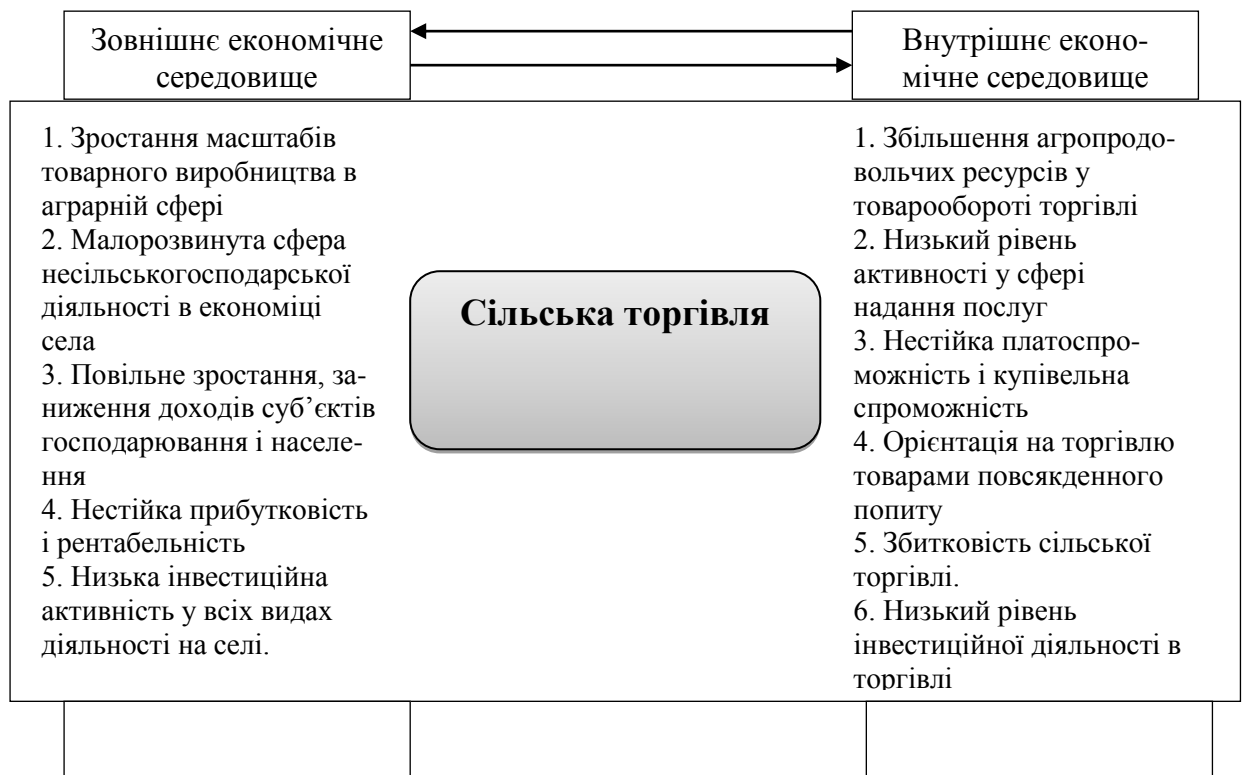


Рис.1.4. Характеристика економічного середовища розвитку СТОСМ на сільських територіях (розробка автора)

Економічне середовище в сільських територіях має низку позитивних і негативних ознак та тенденцій. Як видно з рис.1.4, сприятливим для торгівлі є зростання масштабів товарного виробництва і відповідно агропродовольчих товарних ресурсів для торгівлі. Позитивна тенденція спостерігається в сфері доходів. Суб'єкти господарювання і населення щорічно отримують у зростаючих розмірах доходи, що дозволяє зміцнити їх платоспроможність. Для торгівлі це важливо, оскільки зростають купівельні фонди. Разом з тим,

економічне середовище формується проблематично і значною мірою безсистемно:

- відсутня стратегія розвитку мультифункціональної економіки села;
- деформована структура сільськогосподарського виробництва – 2/3 випуску приходить на галузь рослинництва;
- нестійкі джерела доходів сільського населення. Оплата праці сільського мешканця складає лише 43% сукупних грошових доходів;
- збитковість діяльності суб'єктів господарювання в аграрній сфері і в торгівлі носить хронічний характер. Збиткові підприємства стабілізувалися на рівні 35-40% їх загальної кількості;
- інвестиційна привабливість сільського господарства і торгівлі на селі надзвичайно низька.

Слід зазначити, що економічне відставання села має традиційний характер, тому покращення економічного середовища процес тривалий і складний. Значною мірою він залежить від економічних, соціально-політичних, суспільних чинників в Україні, а також інституціонального забезпечення, яке формує особливий **вид середовища – інституційне середовище**.

Інституційна еволюція в межах сільських територій має всеохоплюючий характер. Вона зачіпає глибину сутності суспільно-психологічних та соціально-культурних звичаїв, традицій, явищ, проявляється у нормативно-правових актах і організаційно-правових діях формальних інститутів. Таким чином, до інституційної бази сільських територій відносяться організаційні, нормативно-правові, а також соціально-психологічні складові. Всі вони активно формують інституційне середовище розвитку сільських територій (рис.1.5).

Стратегічний підхід до формування системних засад розвитку сільських територій в умовах ринково-орієнтованої економіки в Україні закладений ще у перші роки перехідного періоду. Так, у 1990р. прийнятий Закон України "Про пріоритетність соціального розвитку села та АПК в

народному господарстві" (№400). Відповідно до цього закону зміцнення матеріально-технічної бази соціальної сфери села передбачалося за рахунок державних і місцевих органів влади через бюджетне фінансування. Однак тотальна економічна криза 90-х років повністю "паралізувала" дію цього Закону

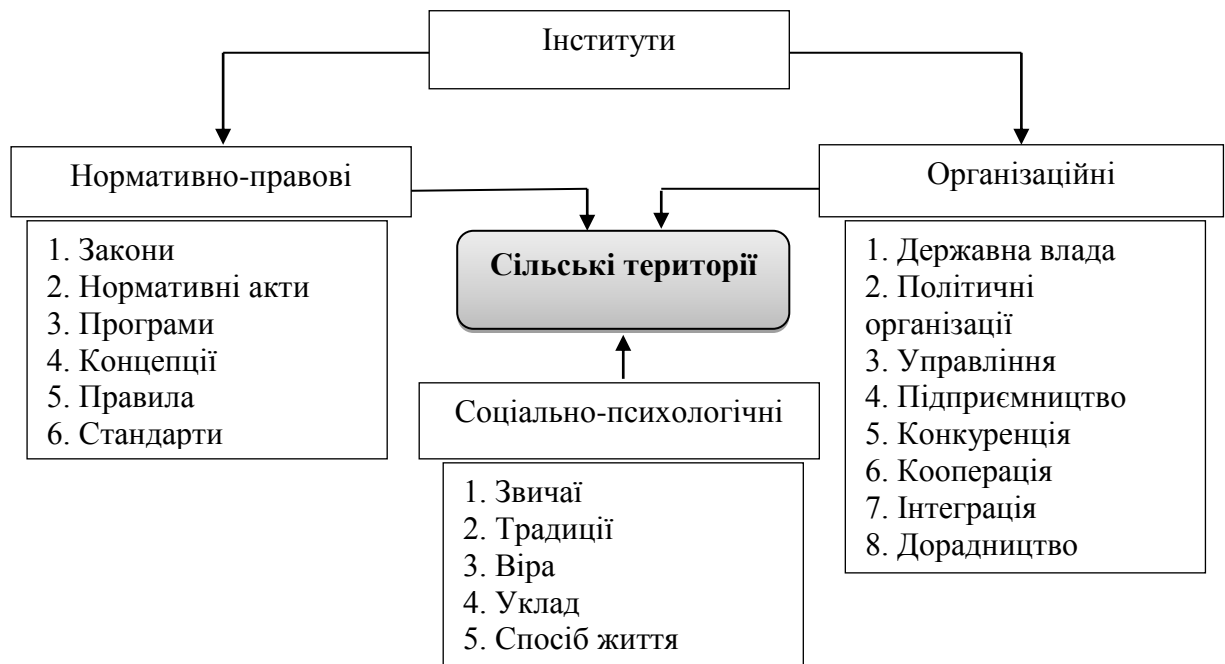


Рис.1.5. Складові інституційного середовища сільських територій у контексті розвитку системи торговельного обслуговування (розробка автора)

Спроби розвивати мережу об'єктів соціально-культурного призначення і соціальної інфраструктури за рахунок альтернативних підприємницьких джерел не увінчалися успіхом. Соціальні проблеми села стали ще гострішими. Не врятувало ситуацію і положення Концепції Національної програми відродження села на 1995-2005рр. (Постанова ВР України №3924, 1994р.) та Державної програми розвитку соціальної сфери села до 2015 року, затвердженої Указом Президента України від 15.07.2002р. з тих же фінансових причин.

У 2009р. був підготовлений проект Закону України "Про упорядкування сільської поселенської мережі, поглиблення принципів

місцевого самоврядування у сільській місцевості та сприяння деурбанізації народонаселення", де передбачалися кардинальні зміни в плані повного розпорядження сільськими громадами природними багатствами на своїх територіях і визначення економічного і соціального розвитку. Однак проект закону був відхилений ВР України.

Паралельно з'явився ще один підхід в інституційному забезпечення сільських територій – регіональна політика. В Законі України "Про стимулювання розвитку регіонів" (№2856 IV від 08.09.2005р.) серед інших важливих принципів, особливо підкреслюється необхідність надання можливості територіальним громадам та органам місцевого самоврядування самостійно та відповідально вирішувати питання соціально-економічного розвитку територій. Основні принципи цього Закону було закладено в основі аграрної політики в частині розвитку сільських територій. Так, в Концепції загальнодержавної програми сталого розвитку сільських територій до 2020 року (№121-р від 03.02.2010р.) як оптимальний варіант був прийнятий такий, що забезпечував би збалансований розвиток соціально-економічної сфери і сільськогосподарського виробництва.

Протягом 2010-2020 рр. передбачалося:

- створити сприятливі умови для соціально-економічного і соціально-культурного розвитку села шляхом подолання безробіття, підвищення рівня оплати праці, впровадження соціальних стандартів і нормативів, розвитку житла і об'єктів соціальної інфраструктури, відновлення та охорони об'єктів історичної, природної та культурної спадщини на сільських територіях;
- розвитку на селі економічних видів діяльності, активізації підприємництва, зеленого туризму, перетворення економіки села з моно- у багатофункціональну;
- підвищення конкурентоспроможності всіх галузей сільського господарства, оптимізації землекористування, підтримки сільсько-господарських виробників, організації ефективної системи реалізації агропродовольчих ресурсів;

- удосконалення системи управління розвитком сільських територій за рахунок створення Національної агенції сталого розвитку сільських територій та її регіональних відділень з наданням статусу державних установ.

Втілити дану Концепцію в Державну програму розвитку сільських територій не вдалося з різних причин, головним чином, політичних. Але вона стала основою для законопроектів, нормативних актів, стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року.

В цілому нормативно-правова складова в системі інституційного забезпечення розвитку сільських територій досягла прогресу на рівні окремих законів, концепцій і стратегій. Подальша параметрична конкретизація цих документів в програмах відбувається фрагментарно. Крім того, у наслідку відсутності належної фінансової підтримки з боку держави багато документів залишилося на рівні декларацій.

Інша інституційна складова – організаційна. Вона забезпечує умови розвитку сільських територій через такі формальні інститути, як органи державної влади, самоврядування, громадські організації, організаційні структури і організаційні дії, підприємництво, конкуренцію, кооперацію та інші. Можливості зазначених інститутів значні, а використовуються вони малоефективно у наслідку непослідовної політики, адміністративних бар'єрів, недосконалості правового забезпечення.

Так, до 2000 року переважала політика випереджаючого розвитку дрібнотоварних господарств, яка виявилася помилковою. Пізніше структурною домінантою в аграрному виробництві стало фермерство. Кількість фермерських господарств зросло до 41 тис. од (73% всіх сільсько-господарських підприємств), при тому що у валовому виробництві організованого сектору сільського господарства вони займають 5-7%. Нині ставка робиться на великотоварні сільськогосподарські підприємства (агрохолдинги), що мають більш 10 тис. га землі. Як показують дослідження саме ці структури нині найбільш індіферентні до соціальних проблем села. У той же час найбільш соціально орієнтована організаційна форма – це

кооперативи. Проте, вони не отримали належного розвитку. Кількість виробничих кооперативів постійно скорочується, а обслуговуючих стабілізувався на рівні 950-970 од., з яких тільки 500-550 реально функціонуючих при потребах не менше 10 тис. обслуговуючих кооперативів.

До важливих формальних інститутів слід віднести також місцеві органи влади, самоврядування, громадські організації. В 27,5 тис. населених пунктів функціонують понад 10 тис. сільських рад, які відповідають за розвиток сільських територій, проте їх повноваження неприпустимо обмежені, а бюджет мізерний. Якщо в Європейських країнах місцева громада розпоряджається всіма 100% земель, то в Україні такі повноваження урізані до 12% (в межах забудови населених пунктів).

Особливу роль в інституційному забезпеченні розвитку сільських територій відводиться дорадчим службам. Чисельних товаровиробникам в аграрному секторі складно орієнтуватися в сучасних процесах і проблемах земельних відносин, дерегуляції, правового і нормативного забезпечення, інноваційного розвитку кредитування, реалізації сільськогосподарської продукції, зовнішньоекономічної діяльності, тому неоцінену допомогу тут надають дорадчі служби, агроконсалтингові компанії інші консультативні форми. Мережа таких служб тільки формується в Україні, але результати дорадчої діяльності отримали широке визнання, насамперед, в малих і середніх підприємствах.

Аналіз інституційного забезпечення сільських територій буде неповним без розгляду суспільно-інституційного неформального інституту, який охоплює традиції, звичаї, стереотипи поведінки, норми моралі. Цей інститут набуває суттєве значення в умовах пріоритетного розвитку соціальних відносин і соціоекономічного підходу розвитку сільських територій, формуючи етнічну націю, селянство заклало його високу духовність, стало родоначальником народної культури, народних звичаїв, сільських обрядів, традицій.

У зв'язку з цим, важливо підкреслити, що суспільно-психологічна

складова є джерелом громадської активності, соціальної поведінки і відповідальності, моралі і культури, фундаментом способу життя на селі.

Таким чином, активізація інституціональних складових (правового, організаційного, суспільно-психологічного) суттєво змінили умови розвитку сільських територій, проте не врівноважили соціальні, економічні (виробничі) аспекти їх розвитку. Відповідно інституціональне середовище сільських територій залишається проблематичним.

Узагальнюючи характеристику середовища сільських територій у контексті розвитку сільської торгівлі можна ствердити, що воно формується надто повільно, фрагментарно і протирічно. Визначальна роль у процесі формування основних його фрагментів належить соціально-економічному, економічному і інституціональному середовищу (додаток Д, табл. Д.1).

Аналітична база табл. Д.1. дозволяє визначити з достатньою глибиною позитивні і негативні аспекти сучасного середовища сільських територій крізь призму розвитку сфери торгівлі на селі і сформулювати ряд важливих висновків.

По-перше, найбільш сприятливі умови створені для економічного розвитку торгівлі на селі за рахунок збільшення товарних ресурсів, наявних доходів населення, зростання платоспроможності суб'єктів господарювання, лібералізації торгівлі сільгосппродукцією, дерегуляції.

По-друге, сформувалися умови, сприятливі для перспективного розвитку СТОСМ, які відображені в стратегіях і програмах розвитку сільських територій.

По-третє, відбулася демонополізація торгівлі на селі, з'явилися широкі можливості для розвитку різноманітних форм торгівлі і організаційних структур, а також диверсифікації торговельної діяльності.

По-четверте, зберігаються стійки негативні тенденції соціального характеру в сільських територіях, які суттєво блокують реалізацію соціальної функції системи торговельного обслуговування.

По-п'яте, інституціональне середовище формується повільно,

безсистемно і фрагментарно, а деякі нормативні акти носять декларативний характер. Саме інституційне забезпечення є найслабкішою ланкою в процесі формування сприятливих умов розвитку системи торговельного обслуговування в сільській місцевості.

Таким чином, трансформація середовища розвитку системи торговельного обслуговування має протирічний характер і вплив на її функціонування. З одного боку, створюються сприятливі умови для якісного зростання СТОСМ, а з другого боку – ускладнюється реалізація її соціальної функції, звужуються можливості активної участі цієї системи в соціальних перетвореннях на селі, інтеграції її в соціально-економічні процеси розвитку сільських територій.

У зв'язку з цим, виникає об'єктивна необхідність розвитку системи торговельного обслуговування на селі в межах програм і аграрної політики держави, державного регулювання і державної підтримки системи торговельного обслуговування в сільській місцевості.

1.3. Система торговельного обслуговування на селі як об'єкт державного регулювання і підтримки в умовах активізації розвитку сільських територій

Система торговельного обслуговування в сільській місцевості органічно взаємопов'язано з економікою і соціальною сферою села і знаходиться в різносторонній залежності.

Так, в економічній системі СТОСМ забезпечує товарно-грошовий обмін близько 100 млрд. грн. в рік, організує у широких масштабах просування товарів до сфери споживання на селі, виступає потужним каналом реалізації аграрної продукції (більше 20 млрд. грн. в рік), розвиває економічні зв'язки, впливає на сферу виробництва, споживання, грошового обміну і фінансового обслуговування.

В соціальній сфері сільська торгівля задовольняє матеріальні і

культурні потреби сільського населення (близько 30% населення країни) реалізує їх доходи, забезпечує трудову зайнятість, бере активну участь у соціальній перебудові села і розвитку сільських територій.

В сфері бізнесу сільська торгівля створює чисельні підприємницькі структури, формує широке різноманіття організаційно-правових форм діяльності, розвиває об'єкти торгівлі, харчування, послуг, оптимізує їх територіальне розташування, концентрацію торгівлі, спеціалізацію, створення автономних і корпоративних торговельних мереж.

В сфері міжнародних економічних зв'язків сільська торгівля розширює міжнародний товарний обмін на прикордонних територіях, частково формує експортний потенціал.

Місце і роль СТОСМ у соціально-економічній сфері села зумовлюють об'єктивну необхідність узгодженого розвитку цієї системи з програмами і стратегіями аграрної політики та адаптації її діяльності до масштабних змін сільського розвитку. Нас сучасному етапі такі зміни слід очікувати у наслідку активізації розвитку сільських територій.

Дослідники різних наукових шкіл доводять необхідність посилення соціально-економічної функції державної політики шляхом стимулювання розвитку, який отримав назву "розвиток сільських територій". Так, академік НААН України В.Ф. Петриченко вважає, що "...розвиток аграрного виробництва безперспективний без розвитку сільських територій" [151, с.21]. Інший український вчений Дем'яненко С.І. стверджує, що аграрна політика і політика розвитку села не тотожні поняття і тому ці сфери повинні розвиватися за окремими державними програмами. Відтак "...аграрну політику необхідно доповнювати цілісною політикою розвитку сільських територій" [47, с.15]. Розглядаючи доцільність розвитку сільських територій в Україні крізь призму досвіду Європейських країн вчений дослідник Борщевський В.В. констатує, що "... у країнах ЄС розвиток сільських територій забезпечує належний рівень життя їхніх мешканців, а економічні

аспекти життєдіяльності Європейського села відзначаються багатофункціональністю та сталим зростанням" [30, с.5].

Оскільки теоретико-методологічні основи розвитку сільських територій тільки формуються, існують різні погляди на сутність, зміст і функції цієї категорії. Визначимо для початку межі і зміст сільських територій. Академік УААН Прокопа І.В. розглядає сільські території крізь призму сільської місцевості, при цьому він справедливо не ототожнює сільські, селищні, приміські території, а визначає багатоаспектність функцій і характеристик сільських територій [164, с.588]. Він підкреслює, що сільські території мають складну структурну будову, що охоплює не тільки просторові ресурси, але й розташоване на ній населення, поселення, виробництво, інфраструктуру.

На думку академіка УААН Саблука П.Т, "сільська територія" являє багатофункціональну природну, соціально-економічну й виробничо-господарську систему [177, с.21,23]. Інші визначення також наголошують на багатоаспектність сільських територій переважно з виділенням соціально-економічних функцій.

Важливо зауважити, що сільську територію не можна розглядати як чисто соціально-просторове утворення. Скоріше – вона виступає як соціалізований простір з аграрною сферою в органічній єдності. Відповідно і функції сільських територій широкі: соціальна, економічна, виробнича, господарська, природо-охорона, оздоровчо-рекреаційна.

Із врахуванням базових функцій можна сформулювати сутність розвитку сільських територій, еволюційний керований процес, спрямований на кількісне зростання та якісне оновлення соціально-економічного, природно-економічного і виробничого потенціалу підсистем розташованих і функціонуючих в межах такої території. Розвиток сільських територій передбачає ефективну взаємодію і єдність функціонування складових підсистем. Закономірною підставою для органічної єдності підсистем є спільність їх інтересів і цілей.

Державна політика сільських територій тільки формується в Україні. Її

суть полягає в утвердженні системи науково-обґрунтованих поглядів на розвиток села, сільських територій в суспільстві і практичній реалізації цільових заходів з метою глибоких соціально-економічних перетворень на селі, підвищення конкурентоспроможності аграрного виробництва, збереження природних ресурсів і охорони навколишнього природного середовища.

На цьому напрямку державна політика реалізується:

- на макрорівні – через концепції, стратегії, цільові програми та механізми державного регулювання і підтримки;
- на регіональному рівні через цільові програми і регіональні проекти.

Основоположними документами державної політики можна вважати Концепцію Державної цільової програми сталого розвитку сільських територій до 2020 року, де обґрунтовано визначено засади державної політики відносно розвитку сільських територій, а також Державну цільову програму розвитку українського села, де визначено шляхи і способи розв'язання широкого комплексу проблем, розвитку українського села [91].

Основні завдання Програми, як основи державної політики загалом зводяться до:

- створення організаційно-правових та соціально-економічних умов для комплексного розвитку сільських територій, наближення та вирівнювання умов життєдіяльності міського та сільського населення;
- формування конкурентоспроможного аграрного сектора національної економіки та його інтеграція у світовий економічний простір;
- посилення мотивації сільського населення до розвитку підприємництва, зміцнення партнерства держави, безпеку і територіальних громад;
- оптимізації виробничої та територіальної соціальної інфраструктури сільської поселенської мережі;
- підвищення рівня та якості життя сільського населення, зняття гостроти соціально-демографічних проблем, а також проблем трудової зайнятості і

створення сприятливих умов для проживання населення на сільських територіях;

- формуванні збалансованого аграрного ринку, створенні сучасної його інфраструктури, подоланні стихійності і тінізації аграрного ринку;
- створенні умов для розвитку паритетних відносин в системі міжгалузевого обміну;
- охорони довкілля та відтворення природних ресурсів;
- формуванні ефективної системи управління розвитком сільських територій.

Наведені завдання конкретизовані для окремих напрямків і галузей: сільськогосподарського виробництва, підприємництва, сільського будівництва, транспорту, інженерної інфраструктури, освіти, медичного обслуговування, побутового обслуговування, соціального облаштування та інших.

Окремий блок складає розвиток торговельного обслуговування сільського населення. Зазначимо, що в регіональних програмах розвитку сільських територій також присутній аналогічний розділ.

Залучення торгівлі до активної участі розвитку сільських територій є закономірною та об'єктивною необхідністю. По-перше, торгівля відіграє ключову роль в забезпеченні потреб населення в товарах і послугах. По-друге, торгівля забезпечує широкомасштабний обмін в процесі відтворення агропродовольчих ресурсів. По-третє, торгівля складає економіко-організаційну основу внутрішнього агропродовольчого ринку. По-четверте, торгівля підтримує розвиток соціальної інфраструктури сільських територій. По-п'яте, торгівля виступає важливою підприємницькою сферою в сільській місцевості. Розглянемо докладніше форми участі та можливості торгівлі в реалізації політики розвитку сільських територій.

Одним з магістральних напрямів розвитку сільських територій в Україні є покращення життя сільського населення, докорінного покращення соціального стану сільських жителів, створення комплексної соціальної

інфраструктури. Активна роль торгівлі у вирішенні зазначених проблем села очевидна.

В сільській місцевості торгівля розвивається масштабно, багатоаспектно і, крім того, протирічно. Тут зосереджено не менше 47,6 тис. магазинів, близько 15 тис. об'єктів дрібнороздрібної мережі, 7,2 тис. об'єктів ресторанного господарства, 2,4 тис. автозаправних станцій і 1,9 тис. аптек і аптечних пунктів. Валовий оборот цієї мережі (з врахуванням обороту сектору неорганізованої торгівлі тобто фізичних осіб-підприємців) за нашими розрахунками перевищує 85 млрд. грн. в рік.

Через сільську торгівлю жителі села задовольняють основні потреби в харчових продуктах, а також непродовольчих товарах першої необхідності. Саме це групи товарів відповідають структурі попиту і потребам споживачів. Крім зазначених груп товарів розширюється асортимент господарських товарів, будівельних матеріалів, сільгоспінвентаря тобто продукції, яка відповідає укладу і образу життя сільських жителів. Поступово на селі відроджується торгівля культурно-побутовими товарами, автозапчастинами, книгами та іншими групами, які сприяють підвищенню соціально-культурного рівня сільського населення.

Таким чином, торгівля на селі забезпечує фізичний та економічний доступ населення до торговельних послуг, задовольняє матеріальні та соціально-культурні потреби людей в товарах і послугах. Крім того, по мірі розширення мережі об'єктів ресторанного господарства (кафе, барів, їдалень, ресторанів) в сільській місцевості зростають масштаби харчування поза домом, що дозволяє значно зекономити час на виготовлення їжі, активізувати формування в сільській місцевості індустрії гостинності.

Соціальна інфраструктура села доповнюється торговельними об'єктами нового профілю: аптеками, аптечними пунктами, автозаправними станціями, які разом з магазинами, дрібнороздрібною мережею і об'єктами масового харчування формують потужний сегмент комплексної соціальної

інфраструктури на селі. Соціальна значущість такої інфраструктури не обмежується задоволенням потреб населення в товарах і послугах. Воно значно ширше.

Так, через сільську торгівлю населення не тільки реалізує грошові доходи в процесі купівлі товарів і послуг, але й денатуралізує частину сукупних доходів. Щорічно сільське населення реалізує аграрну продукцію на 23-25 млрд.грн., головним чином, через канали роздрібної торгівлі. Це складає близько 10,5% сукупних грошових доходів сільських домогосподарств.

Активна участь торгівлі в реалізації аграрної політики сприяє вирішенню такої гострої проблеми соціально-побутового характеру як облаштування житла. По-перше, торгівля забезпечує потреби сільського населення в будівельних та лісоматеріалах, покрівельній продукції, господарських товарах для розширення житлового будівництва. Це важливо підкреслити, оскільки близько 2/3 житлового фонду в сільській місцевості створено до 1970 року і суттєво застаріло. По-друге, в сільській торговельній мережі населення придбає значну частину побутових товарів, техніки, приладів для забезпечення водопостачання, газифікації та електрифікації житла. Діяльність торгівлі в цьому напрямі має особливе значення, оскільки рівень побутових умов сільських жителів дуже низький, що викликає незадоволення у 60% селян.

В останні роки торгівля активно пропонує сільському покупцю принципово нові товари культурного призначення: аудіо-, відеотовари, мобільні телефони і аксесуари, комп'ютери та засоби Інтернет-комунікацій. Можна ствердити, що формується новий соціально-культурний рівень сільського життя і торгівля приймає активну участь в цьому процесі.

В сільській місцевості роль торгівлі значно зростає у вирішенні такої гострої проблеми, як трудова зайнятість. Критичне звуження сфери трудової зайнятості на селі привело до неприпустимо масштабної міграції. Як наслідок, в пошуках роботи мільйони людей опинилися в зарубіжних

країнах. За ствердженням академіка Саблука П.Т. "... близько 8 млн. селян України виїхали на заробітки до країн Європи..." [176, с.7].

Будучи широкою і доступною підприємницькою сферою, торгівля на селі сприяє підвищенню рівня зайнятості сільського населення. В секторі організованої торгівлі на селі, переважно в системі кооперативної торгівлі і заготівель, зайнято близько 20 тис. осіб, крім того контингент фізичних осіб – підприємців, які мають об'єкти торгівлі і найманий персонал перевищує 200-250 тис. осіб. За даними Всеукраїнського соціологічного дослідження у 2013р. на запитання: "За яких економічних джерел існує село?" 24,6% респондентів відповіли "за рахунок торгівлі". Попутно зауважимо, що приблизно стільки ж (28,9%) відповіли, що існує село за рахунок сільського господарства.

Таким чином, сфера торговельного підприємництва відіграє важливу роль у забезпеченні розвитку багатофункціональної економіки села, забезпеченні трудової зайнятості, реалізації грошових доходів населення. Разом з тим, слід підкреслити, що посилення ролі торгівлі у вирішенні соціальних проблем села проблематично, оскільки близько у 8 тис. сільських населених пунктах (30,%% всіх сільських поселень) відсутні об'єкти торгівлі. Ще складніша ситуація з мережею об'єктів масового харчування. Гостро стоїть проблема надання побутових послуг. Стаціонарні об'єкти побутових послуг функціонують лише в третині сільських населених пунктів, а громадського харчування ще менше.

Між тим, привабливість сфери обслуговування з позицій бізнесу зумовлена відсутністю вхідних бар'єрів в бізнес, необхідністю невеликих стартових інвестицій, короткими термінами окупності вкладених коштів. Отже, проблематична ситуація, яка склалась має глибокі соціальні, економічні, політичні коріння.

Роль торгівлі в реалізації державної аграрної політики не можна вважати повноцінно розкритою без глибокого аналізу її участі у формуванні сучасного аграрного ринку. В стратегіях і програмах розвитку аграрного

сектору економіки України особливо підкреслюється необхідність "...формування і розвитку ефективного аграрного ринку для забезпечення доступу сільськогосподарських товаровиробників до організованих каналів збуту" [98, с.57].

Аграрний ринок являє собою систему економічних і правових відносин, які виникають між його учасниками в процесі обміну сільськогосподарської продукції в товарно-грошовій формі. Учасниками, безпосередньо аграрного ринку, виступають товаровиробники і споживачі, які взаємодіють у конкурентному середовищі, використовуючи ринкові механізми, форми господарювання і організації, системи управління та регулювання, складну інфраструктуру для здійснення ефективного обміну і забезпечення динамічної рівноваги попиту і пропозиції.

Поряд з виробничою, соціальною, інституціональною та іншими видами інфраструктури на ринку сільгосппродукції функціонує торговельна інфраструктура.

Торговельна інфраструктура в офіційних документах, монографіях виділена в окремий вид і інтерпретується як "...сукупність функціонально взаємопов'язаних суб'єктів, які через механізми ринкових відносин і зв'язків забезпечують процес товарного обігу та обміну товарних ресурсів у формі купівлі-продажу. Тим самим торговельна інфраструктура сприяє безперебійному функціонуванню аграрного ринку [114, с.222]. Отже, така інфраструктура забезпечує не лише момент обміну, а й широкий діапазон функцій в сфері товарного обігу: формування товарних ресурсів і системи зв'язків, оптимізацію товарного руху, товарну і вантажну обробку товарних потоків, складське зберігання запасів товарів, організацію продажу і перепродажу товарів, вплив на аграрне виробництво і сферу споживання, стабілізацію ринку.

Для виявлення місця і ролі торгівлі у функціонуванні аграрного ринку необхідно для початку проаналізувати склад і структуру каналів реалізації. Нині склалася надзвичайно деформована і малоперспективна система

реалізації непереробленої сільськогосподарської продукції, де організована торгівля малозадіяна.

Структурно всі канали реалізації можна поділити на п'ять напрямів: реалізація продукції переробним підприємствам, споживчій кооперації, населенню і пайовикам в рахунок оплати за оренду; на ринку та через власну торговельну мережу товаровиробників; торговельним посередникам.

Перший канал – переробні підприємства, спрямований на забезпечення харчової промисловості сировиною для власних потреб. Для нього характерні, переважно, прямі зв'язки із сільськогосподарськими товаровиробниками за договорами постачання, контрактації та ін. Прогресивність цього каналу полягає у тому, що зв'язки носять довготривалий характер, вони забезпечують гарантію збуту аграрної продукції, стабільність взаємовідносин, низькі витрати обертання. Проте, цей канал нині не є домінуючим. Якщо в 1995р. він був головним в системі товаропросування продукції, охоплюючи близько 48% товарних ресурсів, то у 2013 році його частка не перевищила 15%.

Другий канал – споживча кооперація. В останні роки цей канал суттєво деградував. Незважаючи на наявність заготівельної бази і апарату, досвіду і можливостей ця господарська система займає менше 1% в загальних обсягах реалізації сільгосппродукції підприємств і 5-8% товарної продукції населення.

Третій канал – населення і пайовики – включає натуроплату працівникам, а також розрахунки (натуральні або вартісні) з пайовиками-орендодавцями за здачу в оренду землі або іншого майна. В обороті сільгосппродукції цей канал займає таке ж малопомітне місце, що й споживча кооперація.

Четвертий канал – ринки. Цей канал є традиційним для України. Він зберіг своє значення донині. З близько 2650 ринків 230 спеціалізується на сільськогосподарську продукцію, залучаючи в оборот продукції не менше 16 млрд.грн. в рік.

Крім того, аграрна продукція реалізується через мережу продовольчих, змішаних та неформальних ринків. В структурі дистрибуції аграрної продукції ринки займають не менше 17-18%.

П'ятий канал – це торговельні посередники, які домінують в системі збуту сільськогосподарської продукції. В 2000 році за цим каналом реалізувалося не більше 20% товарної продукції сільського господарства, а тепер цей рівень сягає 79% і продовжує зростати. Структурно канал складається з чисельних комерційних агентів, операторів ринку, трейдерів, які обслуговують крупні корпорації, фонди, агрохолдинги. Прискорене розширення цього каналу зумовлено тим, що посередники, формуючи, головним чином, експортний потенціал, використовують активні важелі впливу на аграрне виробництво: товарний і грошовий кредит, оренду, контрактацію, лізинг, іпотеку.

Разом з тим, посередники суттєво деформують систему товарного руху за рахунок багатоланковості, підвищують витрати обертання, підвищують кінцеві ціни.

Оцінюючи в цілому канали реалізації сільськогосподарської продукції, їх функції і структуру, можна з достатньою очевидністю констатувати, що всі вони (за винятком першого каналу) малоефективні. Тому одним із стратегічних пріоритетів є формування сучасної, якісно нової інфраструктури на базі збутових і маркетингових кооперативів, оптових ринків сільгосппродукції, торговельних домів, контрактних компаній, якісно нових заготівельних структур споживчої кооперації. Сучасна інфраструктура потрібна для докорінних змін в системі міжгалузевих відносин, підвищення ефективності економічного обміну і всього процесу відтворення агропродовольчих ресурсів. Саме ефективний обмін стає нині складною і невирішеною проблемою для аграрного сектору торгівлі.

Обмін в товарно-грошовій формі сільськогосподарської продукції сягає близько 200 млрд.грн. в рік. Прибуток від реалізації склав у 2014 р. не менше 34,4 млрд.грн., тобто рівень рентабельності у 2014 р. перевищував 26%.

Проте, у 2013 р. і попередні роки рентабельність була значно менше – 11%. При нормі прибутку 15% рентабельність повинна бути у 2-2,5 рази більше.

Між тим, в економічній моделі, що формується в Україні, перерозподіл прибутку на користь фінансових і комерційних структур стало нормою. Так, частка прибутку фінансово-страхових установ і торгівлі за останні три роки складала в середньому 36% в загальній сумі чистого прибутку національної економіки. Частка аграрного сектору за цей же період не перевищувала 24%. У зв'язку з цим підкреслимо, що практика розвинутих країн показує, що прибуток фінансового сектору (банків) не перевищує 1% суми прибутку реального сектору (сільського господарства і промисловості), а сфери торгівлі – близько 4%.

Основна причина диспропорцій у міжгалузевих відносинах криється в цінах. Так, витрати сільського господарства в кінцевій ціні і продукції агропромислового виробництва складають близько 2/3, а прибуток від її реалізації перерозподіляється у співвідношеннях: сільське господарство – 36,8%, харчова промисловість – 36,92, торгівля – 26,8% [12, с.106].

Нееквівалентність обміну і диспаритет цін (між аграрним сектором і виробництвом засобів виробництва) суттєво стримує ефективний розвиток аграрної сфери і сільських територій.

Стратегічне завдання торгівлі в процесі обміну полягає в забезпеченні його еквівалентності та ефективності за рахунок:

- якісного оновлення торговельної інфраструктури;
- спрямування товарних потоків у кероване русло каналів з максимальним скороченням посередницьких структур;
- формування нової системи дистрибуції аграрної продукції;
- впровадження збалансованих економічних механізмів і засад міжгалузевої взаємодії;
- наукового підходу до обґрунтування ціни і перерозподілу прибутку.

Глибоких змін вимагає державна аграрна політика із врахуванням

розвитку сільських територій, а також активізації участі торгівлі у її реалізації (додаток Е, табл. Е.1).

Ефективність взаємодії торгівлі і аграрної сфери, підвищення ролі торгівлі у соціально-економічних перетвореннях на селі, активізація її участі у розвитку сільських територій пов'язана із суттєвими змінами безпосередньо у сфері сільської торгівлі та модернізації її на інвестиційно-інноваційних засадах. Важливо також створити передумови для інноваційного розвитку сільської торгівлі, провести глибокі трансформації середовища її функціонування.

Суттєве зміцнення потенціалу сільської торгівлі і використання її можливостей на вирішення складних завдань соціально-економічного розвитку села і забезпечення товарно-грошового обміну в аграрному секторі неможливо без державного регулювання процесів взаємодії та державної підтримки розвитку сільської торгівлі.

Така підтримка повинна виражатися у створенні передумов для ефективного функціонування торгівлі, стимулювання її діяльності у депресивні роботи, активізації соціальної діяльності торгівлі, що у значній мірі є функцією держави. Очевидно, що торгівля на селі повинна стати об'єктом державної підтримки і державного регулювання.

В той же час виникає питання про правомірність активізації участі держави у регулюванні і підтримці розвитку системи торговельного обслуговування, втручання держави у підприємницьку діяльність торгівлі в умовах ринкових відносин.

Загальновідомо, що в економічній теорії тривалий період переважали наукові положення і обґрунтування самодостатності ринкових механізмів і недоцільності втручання держави в економічні процеси. Така теорія справедлива для рівномірного (як правило дрібного) товарного виробництва, добросовісної конкуренції і стабільної економіки.

З часом соціальне і політичне середовище різко змінилися. В рамках відомих економічних шкіл кейнсіанства, монетаризму, інституціоналізму,

виникли нові теорії відповідно до яких державне регулювання необхідне, для різних цілей і в різних формах.

Так, Дж.Кейнс обґрунтував необхідність державного регулювання економіки "кейнсіанська революція" в теорії ефективного попиту, де він довів неспроможність "самозцілення" економіки від кризових явищ і необхідність державного втручання в економічні процеси для згладжування руйнівних наслідків ринкової стихії кризових періодів і стабілізації економіки [81]. На позиціях активної ролі держави у антикризовому регулюванні стоять відомі економісти П.Самуельсон і Дж.Тобін [180].

На відміну від Дж.Кейнса, представники монетаристської школи – М.Фрідман, Ф.Хайєк більш обережні. Вони вважають, що об'єктом державного регулювання повинен бути не сукупний попит і пропозиція, а лише пропозиція, тобто фактори виробництва [218, с.98]. При цьому основний акцент робиться на скорочення соціальних програм, посилення кредитно-грошової політики, стабілізації грошової маси. Йдеться про чисто монетарний підхід.

Більш широку платформу державного регулювання розробили інституціоналісти і, особливо, неоінституціоналісти – Р.Коуз [93], Д.Норт [131], Дж.Бьюкенен [31], які вважають, що ринкові механізми недосконалі і нездатні вирішувати багато соціально-економічних проблем.

Вони виступають за глибоку систему державного управління бізнесом не тільки на макроекономічному, але й мікрорівні, включаючи всі види корпорацій. Об'єктом управління є конкуренція, ціноутворення, ринок праці, фінансів, товарів і послуг.

Засади державного регулювання споживчого ринку і внутрішньої торгівлі України розроблено сучасними дослідниками цього напрямку. Автори монографії з проблем торгівлі вважають, що "...переведення торгівлі в русло керованості і регульованості – об'єктивний процес, який відповідає засадам сучасних теорій та принципам державної політики. Воно сприяє усуненню глибоких деформацій, супермасштабних і макроекономічних диспропорцій"

[92, с.5]. На думку Н.Голошубової, політика державного регулювання дає можливість нейтралізувати чисельні руйнівні процеси, які періодично переривають і деформують функціонування ринку. [44, с.78].

Вчені-дослідники внутрішнього ринку з інституту економіки і прогнозування НАН України (в монографії за ред. В.Точиліна) стверджують, що потрібна цілеспрямована державна політика розвитку внутрішнього ринку, пріорітетно спрямована на створення сприятливих інституційних умов зростання [83, с.81-104]. Л.Лігоненко доводить значну роль держави у регулюванні споживчого ринку і пропонує методи прямого і непрямого впливу в системі такого регулювання [105, с.43-52].

Державне регулювання економіки, споживчого ринку, системи торгівлі має свої особливості. По-перше, державне регулювання не підміняє, а доповнює ринкові механізми. По-друге, державне регулювання має свої масштаби і межі. По третє, державна політика повинна бути спрямована на інтереси суспільства.

Узагальнюючи теоретичні положення державного регулювання, можна сформулювати його сутність відносно сільської торгівлі, яка полягає у системному впливі державних органів на розвиток і функціонування системи торгівлі в сільській місцевості, а також її підтримки з метою забезпечення умов для позитивної динаміки, недопущення диспропорцій і деформацій, підвищення конкурентоспроможності і соціально-економічної ефективності функціонування в інтересах сільського населення, суспільства і держави.

Практика показує, що в арсеналі державного регулювання є різноманіття методів і механізмів впливу, координації, управління, контролю, нагляду, а також форм стимулювання і підтримки. З їх врахуванням можна побудувати систему державного регулювання сільської торгівлі на селі та підтримки її розвитку (рис.1.6).

З рис.1.6 видно, що в системі державного регулювання вплив основних суб'єктів (органів державної влади, управління, місцевого самоврядування) здійснюється через різноманітні форми і методи з використанням різних

інструментів, які регулюють не лише систему торговельного обслуговування, але й зовнішнє середовище. Таким чином, об'єктами регулювання виступають умови розвитку цієї системи, інституціональне середовище, організаційно-правові відносини, економічні процеси, потенціал торгівлі та її соціальна функція.

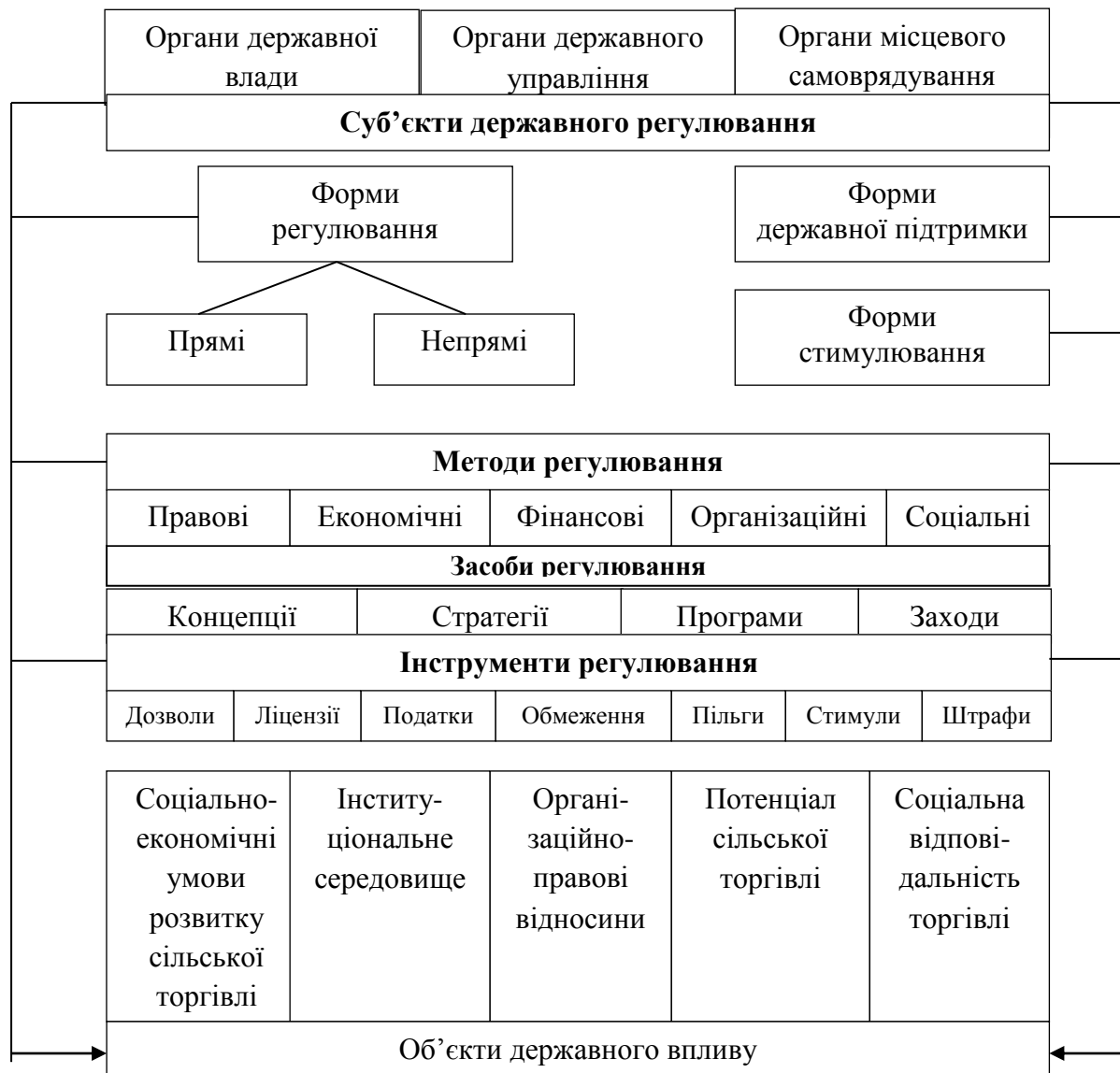


Рис.1.6. Система державного регулювання і підтримки торгівлі в сільській місцевості (розробка автора)

Розглянемо докладніше мотиви, характер і масштаби впливу держави на об'єкти регулювання. Почнемо із соціально-економічних умов функціонування торгівлі, які по-суті, визначають масштаби і темпи її розвитку. Такі умови формуються під впливом економічних, соціальних,

демографічних, політичних, екологічних чинників і відрізняються багатоаспектністю проявлення.

Відносно системи торговельного обслуговування соціально-економічні умови найбільш виражено характеризуються:

- масштабами вітчизняного товарного виробництва, як матеріальної основи товарообороту, що виражається в товарній пропозиції;
- рівнем грошових доходів сільського населення, що проявляється у платоспроможному попиті;
- станом сільської економіки і соціальної сфери;
- складом і структурою сільського населення;
- типологією поселенської структури в сільській місцевості;
- інвестиційними можливостями у сфері торгівлі і послуг на селі;
- стабільністю курсів валют і рівнем інфляції.

Розглянемо їх докладніше. Товарні ресурси вітчизняного походження, тобто сукупна товарна пропозиція в системі торговельного обслуговування суттєво відстає від потреб споживчого ринку. Особливо різкий спад виробництва товарів спостерігається в галузі легкої промисловості, побутових приладів, електротоварів і електронної техніки, культтоварів, веломототоварів та ін. В цілому в товарообороті торгівлі на селі частка товарів вітчизняного походження не перевищує 35%, а з деяких груп – 3-5%, (одяг, взуття, трикотажні вироби). Зберігається негативна тенденція звуження частки вітчизняних товарних ринків в товарообороті продтоварів. Вона скоротилася нині до 70% під впливом експансії імпорту.

Механізми і важелі торгівлі недостатні для різкої активізації товарного виробництва в Україні. Тут потрібні радикальні заходи загальнодержавного масштабу і ефективна державна політика.

З товарною пропозицією органічно пов'язаний попит сільського населення та інших споживачів, який залежить від доходів. Загальновідомо, що на селі рівень доходів населення надзвичайно низький. Не менше 35-40% жителів села опинилися на межі нижче прожиткового мінімуму. Все це

впливає на платоспроможність населення і товарооборот сільської торгівлі. Завдання держави тут полягає у реалізації соціально-економічної політики, спрямованої на збільшення грошових доходів селян, їх сімейних бюджетів і соціально-культурних умов життя.

Наступний фактор, який об'єктивно зумовлює розвиток і функціонування СТОСМ, є об'єктом впливу держави – це інституціональне середовище. Таке середовище покликане сприяти якісному зростанню торгівлі, її ефективному функціонуванню і високій конкурентоспроможності. Проте, формальні інститути діють малоефективно і деформовано: податкове навантаження непомірне, кредитні проценти такі ж, інвестиційні ресурси надзвичайно обмежені. Організаційно-правові аспекти інституціонального середовища ще більш проблематичні. Йдеться про загальмовану дерегуляцію торговельного підприємництва, що представлена нині близько 1,6 тис. нормативних активів, відсутності Закону України "Про внутрішню торгівлю", програм, стратегій розвитку торгівлі, зруйновану систему управління і надмірну систему контролю і нагляду.

У такому інституціональному середовищі система торговельного обслуговування не може успішно розвиватися. Отже, особливої актуальності набуває проблема створення економічних та організаційно-правових умов функціонування торгівлі на селі, переорієнтації державних органів на креативну діяльність в інституціональній сфері.

Об'єктом державного впливу і підтримки держави повинен стати потенціал сільської торгівлі як в сенсі його зміцнення, так і використання. Слід підкреслити, що потенціал торгівлі на селі не відповідає завданням цієї системи і суттєво відстає за своїм рівнем від потенціалу внутрішньої торгівлі країни. Особливо гострі проблеми накопичилися у фінансово-економічній і матеріально-технічній сферах.

Фінансово-економічні активи торгівлі відносно масштабів діяльності цієї системи порівняно незначні і недостатні, інвестиційні можливості обмежені, співвідношення дебіторської і кредиторської заборгованості суттєво

деформовано, прибутковість низька. Більше третини об'єктів торгівлі збиткові.

Матеріально-технічний потенціал СТОСМ можна вважати технічно застарілим і технологічно відсталим внаслідок низької інноваційної активності торгівлі. Крім того, об'єкти торгівлі нерационально розташовані. Їх концентрація відбувається, головним чином, в крупних поселеннях. Як результат близько третини сільських населених пунктів залишилися без торговельного обслуговування, а 80% – без об'єктів масового харчування.

У зв'язку з цим, гостро постає завдання активізації державної підтримки системи торговельного обслуговування, яка виконує важливі соціально-економічні функції і активно бере участь у реалізації соціальної політики держави. Форми державної підтримки цієї системи можуть бути фінансово-економічного, організаційно-правового і соціального характеру.

Державна підтримка СТОСМ, яка продиктована об'єктивною необхідністю, може здійснитися в різних формах – три з яких (рис.1.7), є першочерговими.

Фінансово-економічна підтримка зумовлена тим, що торгівля в силу територіального розміщення об'єктивно має високий рівень операційних витрат – в середньому 99 коп. на 1 грн. товарообороту. Відшкодувати їх за рахунок підвищення цін неможливо, оскільки платоспроможність сільського населення низька. Все це приводить до збитковості об'єктів торгівлі, масового харчування, побутових послуг у сільській місцевості.

У такій ситуації держава зобов'язана активізувати підтримку діяльності торгівлі на селі, стимулювати її розвиток через спрощені режими оподаткування, субсидії, дотації, пільги, доступності до банківських кредитів.

Інший напрям державної підтримки – організаційно-правовий, який значною мірою формує інституціональне середовище розвитку сільської торгівлі. Роль держави тут повинна проявлятися в оновленні законодавчої і нормативно-правової бази. Особливо гостро стоїть завдання прийняття

нового закону "Про внутрішню торгівлю, нової редакції закону. Про захист прав споживачів", Закону України "Про споживчу кооперацію" з тим, щоб відновити її функції і масштаби діяльності у сільській місцевості.



Рис.1.7. Основні напрями державної підтримки системи торговельного обслуговування в сільській місцевості (розробка автора)

По-суті нерегульованою залишається торгівля на прикордонних територіях, до якої причетні тисячі сільських населених пунктів. Зауважимо, що у зв'язку з посиленням європейських інтеграційних тенденцій, масштаби

прикордонної торгівлі зростають в таких регіонах, як Одеська, Чернівецька, Івано-Франківська, Львівська, Волинська і Закарпатська області.

Велике значення для торгівлі на селі має державна підтримка соціальних процесів. Йдеться насамперед про участь і сприяння держави у підготовці кадрів і стимулювання трудової зайнятості. В системі торговельного обслуговування зайнято не менше 250-255 тис. осіб, основна частина з яких вимагає сучасних знань для інноваційного розвитку і ефективного функціонування торгівлі. При ефективному сприянні держави у формі держзамовлення можливо їх навчання у розгалуженій системі вищих навчальних закладів Укоопспілки, які нині не мають доступу до державної підтримки.

Інший аспект соціальної підтримки – це трудова зайнятість. В умовах критичного рівня безробіття та стимулювання трудової зайнятості в торгівлі, громадському харчуванні, сфера послуг на селі має велике значення. Тому активна державна підтримка в цій сфері повинна проявлятися у стимулюванні самозайнятості, обмеженні податкового навантаження на фонд заробітної плати, надання працівникам пільг, допомог, матеріальних і моральних стимулів.

Таким чином, широка взаємодія держави і системи торговельного обслуговування в сільській місцевості є закономірною та об'єктивною, оскільки ця система виступає не просто як від підприємництва, а є системою, що виконує важливі соціальні функції в складних соціально-економічних умовах села. В перспективі слід очікувати посилення такої взаємодії у контексті розвитку аграрного сектору національної економіки і сільських територій. Тому важливо проаналізувати стан розвитку, використання потенціалу СТОСМ, ефективність функціонування, науково обґрунтувати тенденції і резерви зростання, фізичну та економічну доступність споживачів до системи торговельного обслуговування на сільських територіях.

Висновки до розділу 1

1. Торгівля в сільській місцевості як складна соціально-економічна категорія, яка відображає сукупність сукупність економічних, соціальних, організаційних відносин сутісно характеризується різними поняттями: "канал розподілу", "сфера торгівлі", "підсистема", "форма обміну", "вид економічної діяльності".

В роботі доведено, що найбільш повно може бути розкрито природу, зміст, форми організації, сутність через поняття "вид економічної діяльності" за міжнародною класифікацією, що дозволяє ідентифікувати сільську торгівлю як систему торговельного обслуговування в сільські місцевості.

Тобто впорядковану сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних складових (елементів), які закономірно утворюють єдине ціле в межах сільських територій і взаємодіють для реалізації багатоцільових функцій.

2. Теоретичний аналіз дозволив визначити засади розвитку і трансформації системи торговельного обслуговування (економічні закони, відносини, принципи, механізми) виявити і оцінити їх вплив на розвиток і функціонування СТОСМ, обґрунтувати шляхи вдосконалення умов для їх ефективної реалізації в конкурентній системі торговельного обслуговування на сільських територіях мета якої – задоволення матеріальних потреб сільських споживачів, залучення в економічний оборот агропродовольчих ресурсів і активна участь у соціально-економічних перетвореннях на селі.

3. В процесі дослідження виявлено, що середовище розвитку і функціонування системи торговельного обслуговування структурно охоплює: соціально-економічне, соціально-демографічне, соціально-культурне, економічне, організаційно-економічне, природно-економічне та інституціональне середовище. Дослідження показало, що всі види середовища зазнають сприятливі для розвитку торгівлі трансформації у наслідку активізації розвитку сільських територій. азом з тим, накопичуються негативні тенденції та явища: деградація сільських населених

пунктів, погіршення поселенської структури, безробіття і бідність, високий рівень міграції населення, низька інвестиційна активність, деградація кооперативної торгівлі, ризикованість торговельної діяльності, значна деформація каналів збуту агропродовольчих ресурсів.

4. Система торговельного обслуговування активно задіяна у реалізації державної аграрної та соціальної політики. При цьому, вона виконує низку функцій, які належать державі: забезпечення потреб в товарах і послугах значної частини соціально-незахищеного сільського населення; формування соціальної інфраструктури на селі; розвитку роздрібною мережі в депресивних сільських районах; денатуралізація доходів сільського населення; забезпечення трудової зайнятості.

У зв'язку з цим в дисертації обґрунтовано засади державного регулювання і підтримки розвитку торгівлі в сільській місцевості. Запропонована система державного регулювання охоплює форми, методи, засоби та інструменти економічного, соціального та адміністративного характеру. Основні напрями державної підтримки і стимулювання розвитку торгівлі на селі є: фінансова економічна підтримка (спрощені режими оподаткування, зниження проценту банківських кредитів, субсидії, дотації для соціально значущих товарів і послуг), організаційно-правова підтримка (перегляд і оновлення правової бази, впорядкування правових норм), соціальні аспекти підтримки (сприяння у підготовці кадрів, стимулюванні трудової зайнятості).

Основні положення першого розділу дисертаційної роботи опубліковано у працях: [3, 5, 9, 14].

РОЗДІЛ 2. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА СТРУКТУРНІ ЗМІНИ ТОРГІВЛІ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

2.1. Стан, тенденції та характер розвитку системи торговельного обслуговування в сільській місцевості

Сучасний стан розвитку системи торговельного обслуговування на селі характеризується позитивною динамікою товарообороту, товарним насиченням сільського ринку, структурними змінами в товарообороті, глибокою диверсифікацією торговельної діяльності, з одного боку, і не менш масштабними явищами негативного змісту – з іншого боку. Йдеться про суттєве звуження системи організованої торгівлі на селі, зменшення кількості об'єктів торгівлі в цьому секторі і низький рівень забезпеченості сільського населення торговельними площами, надмірну диференціацію економічного і фізичного доступу населення до торговельних послуг.

Таким чином, торгівля на селі розвивається протирічно і значною мірою безсистемно. При цьому вона слідує тим же закономірностям, що і національна внутрішня торгівля.

По-перше, торгівля розвивається широкомасштабно і поступально. Однак, вона на тривалий період "застрягла" на стадії кількісного зростання, що зумовлює низький рівень конкурентоспроможності.

По-друге, торгівля вийшла за межі оптимальності структури національної економіки: частка внутрішньої торгівлі у формуванні ВВП надмірна – 15-16% і поступається незначно лише промисловості.

По-третє, кількісне зростання торгівлі за критерієм товарообороту відбувається переважно за рахунок цінової компоненти, а не збільшення товарної маси. За різними розрахунками ціновий фактор складає 60-65% у зростанні роздрібного товарообороту.

По-четверте, малоефективний неорганізований сектор торгівлі (фізичні особи-підприємці, формальні і неформальні ринки) переважають в товарообороті роздрібної торгівлі і структурі мереж підприємств.

По-п'яте, соціально-економічна ефективність торгівлі низька і нестабільна, кількість збиткових підприємств сягає близько третини їх загальної кількості у роздрібній торгівлі.

Для підтвердження зазначених явищ і закономірностей проаналізуємо окремі аспекти розвитку і функціонування сільської роздрібної торгівлі.

Почнемо з розгляду стану та тенденцій розвитку роздрібного товарообороту на селі. Такий товарооборот включає роздрібний товарооборот підприємств, розташованих у сільській місцевості та товарооборот мережі, що належить фізичним особам-підприємцям. При цьому проаналізувати ці два види обороту непросто. Якщо товарооборот підприємств береться до уваги офіційною статистикою, то оборот фізичних осіб-підприємців визначається розрахунково і в цьому складність аналізу.

Методика визначення обсягів продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації та обороту роздрібної торгівлі, яка застосовується Держслужбою статистики України передбачає виділення окремого каналу реалізації – продаж споживчих товарів фізичними особами-підприємцями та громадянами. До цього каналу відноситься:

- продаж товарів фізичними особами-підприємцями, що мають або орендують мережу роздрібної торгівлі та ресторанного господарства;
- громадянами на організованих ринках з продажу сільгосппродукції;
- громадянами на неформальних ринках.

Джерела статистичної інформації тут досить заплутані і включають: вибіркові і суцільні переписи, обстеження домогосподарств, адміністративні дані, оцінки, розрахунки. База даних сформувалася, головним чином, за результатами обстеження Держкомстатом України мережі, що належить фізичним особам-підприємцям (2005 рік). З часом вносилися різні корективи, уточнялися коефіцієнти.

Розрахунки обсягів продажу товарів фізичними особами-підприємцями слід здійснити у такій послідовності.

Перший етап. Обсяги продажу товарів фізичними особами-підприємцями ($O_{ф.п.}$) розраховується за формулою:

$$O_{ф.п.} = \sum Q_{kji} \times T_{kji}, \text{ де}$$

Q_{kji} – кількість об'єктів роздрібної торгівлі за видом місця розташування, типами та видами їх спеціалізації;

T_{kji} – середній розрахунковий обсяг продажу за даними обстеження на один об'єкт торгівлі;

k – вид місця розташування;

j – тип об'єктів роздрібної торгівлі;

i – вид спеціалізації об'єктів роздрібної торгівлі.

Другий етап. Уточнюється інформація щодо кількості зазначених об'єктів відповідно до даних місцевої адміністрації і здійснюються розрахунки щодо актуалізації обсягів продажу товарів фізичними особами-підприємцями. Тоді актуалізовані обсяги продажу товарів фізичними особами-підприємцями складатимуть:

$$O_{ф.п.а} = \sum T_{kij} \times (Q_{kij} \pm \Delta Q_{kij}), \text{ де}$$

ΔQ_{kij} – уточнені зміни кількості об'єктів торгівлі.

Третій етап. Визначаються коефіцієнти обсягу продажу товарів фізичними особами-підприємцями та юридичними особами за формулою:

$$E_{тф} = \frac{O_{ф.п.а}}{O_{ф.п.а} + O_{ю.о}}, \text{ де}$$

$O_{ф.п.а}$ – обсяги продажу (актуалізовані) фізичними особами-підприємцями;

$O_{ю.о}$ – обсяги продажу об'єктами юридичних осіб.

Четвертий етап. Розраховується товарооборот роздрібної мережі фізичних осіб-підприємців із врахуванням коефіцієнту (E) за формулою:

$$O_{ртфп} = \frac{O_{ю.о} \times E_{тф}}{1 - E_{тф}}.$$

Держслужба статистики у 2005 році (рік проведення суцільних обстежень мережі фізичних осіб-підприємців) брала за основу величину коефіцієнта

$E_{тф}=0,4275$, а для сфери ресторанного господарства $E_{рф}=0,4253$.

Зазначені розрахунки здійснюються на загальнонаціональному і регіональному рівнях. Що стосується територіального аспекту, тобто сільської торгівлі, то такі розрахунки не проводяться, що суттєво ускладнює оцінку стану торгівлі на селі і деформує уявлення про масштаби торгівлі в сільській місцевості.

Використовуючи алгоритми розрахунку методики Держкомстату України і, враховуючи специфіку сільської торгівлі, розрахунково оборот роздрібної торгівлі (за каналом фізичні особи-підприємці) пропонуємо визначити за формулою:

$$T_{сфп} = \frac{O_{ю.о.т.с} \times E_{т.ф.с.}}{1 - E_{т.ф.с.}} + \frac{O_{ю.о.р.с} \times E_{р.ф.с.}}{1 - E_{р.ф.с.}}; \text{ де}$$

$T_{сфп}$ – обсяги продажу товарів, послуг мережею роздрібної торгівлі і ресторанного господарства, що належить фізичним особам-підприємцям;

$O_{ю.о.т.с}$ – товарооборот об'єктів роздрібної торгівлі юридичних осіб, розташованих в сільській місцевості;

$O_{ю.о.р.с}$ – товарооборот об'єктів ресторанного господарства юридичних осіб;

$E_{т.ф.с.}$, $E_{р.ф.с.}$ – відповідно коефіцієнти обсягів продажу в торгівлі і ресторанному господарстві відносно товарообороту юридичних осіб.

Інформація для визначення $O_{ю.о.т.с}$ та $O_{ю.о.р.с}$ відома. Це – офіційна статистика. Що стосується величини коефіцієнтів $E_{т.ф.с.}$ та $E_{р.ф.с.}$, то потрібні обґрунтування відповідних методичних підходів і ув'язки цих коефіцієнтів із загальнонаціональним коефіцієнтом розрахунку (E).

Отже, величина коефіцієнта розрахунку товарообороту для сільської торгівлі $E_{т.ф.с.}$ повинна бути узгоджена із величиною загальнонаціонального коефіцієнта E. Останній коливається від 0,427 у 2005 році до 0,336 – у 2013

році. В середньому за цей період (2005-2013рр.) величина E дорівнює 0,357. Проте, середнє значення може служити лише орієнтиром при визначенні коефіцієнта $E_{\text{т.ф.с.}}$ із врахуванням особливостей як підстави для його корегування:

– спеціальні обстеження показали, що в сільській місцевості розташовано 66,5 тис. об'єктів торгівлі, з яких 48,4 тис. – магазини і 18,3 тис. одиниць – об'єкти дрібнороздрібної мережі (Додаток Д).

Це означає, що в структурі сільської мережі більше 36,8 тис. магазинів фізичних осіб-підприємців склали близько 70% всієї сукупності магазинів, розташованих на селі і 15,8 тис. об'єктів дрібнороздрібної торгівлі (або 30%).

В цілому по внутрішній торгівлі України зазначені частки суттєво не відрізняються.

Відповідно за критерієм відносної кількості об'єктів в торгівлі величина $E_{\text{т.ф.с.}}$ може бути прийнята рівною величині E , тобто без корегувань, оскільки середні розміри магазинів фізичних осіб-підприємців по Україні і на селі майже співпадають (47 м² і 44 м² відповідно). Проте, їх спеціалізація суттєво відрізняється. В товарообороті сільської торгівлі співвідношення продовольчих і непродовольчих товарів складає 80:20%, а в цілому по Україні – відповідно 40:60. Це дає підстави стверджувати, що потрібно корегувати коефіцієнт $E_{\text{т.ф.с.}}$ тільки з огляду на товарну спеціалізацію.

Критерієм для визначення величини і діапазону корегування може служити співвідношення показників роздрібного товарообороту на 1м² торговельної площі (\bar{C}) в цілому по Україні ($P_{\text{ну}}$) і в сільській місцевості ($P_{\text{нс}}$), тобто:

$$\bar{C} = \frac{P_{\text{ну}}}{P_{\text{нс}}} = \frac{P_{\text{оу}}/S_y}{P_{\text{ос}}/S_c}, \text{ де}$$

$P_{\text{оу}}$ та $P_{\text{ос}}$ – відповідно товарооборот роздрібної мережі по Україні і в сільській місцевості;

S_y та S_c – торговельна площа магазинів.

Розрахунки наведено в таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

Навантаження на торговельні площі магазинів підприємств

(товарооборот на 1м²)

Роки	Роздрібний товарооборот, млрд.грн.		Торговельна площа магазинів, тис.м ²		Товарооборот на 1м ² , тис.грн.		Співвідношення \bar{C} , %
	Україна	Сільська місцевість	Україна	Сільська місцевість	Україна	Сільська місцевість	
2005	90005	7093	6359	1173	14,1	7,8	180,7
2006	124747	10116	6847	1103	18,2	9,2	197,8
2007	171682	13104	7493	1016	22,9	13,1	174,8
2008	238523	17345	8089	951	29,4	18,3	160,6
2009	222849	18144	8015	918	27,8	19,7	141,1
2010	271381	23347	8431	951	32,3	24,5	133,4
2011	338690	29401	9013	941	37,6	31,2	120,5
2012	392555	32375	9294	853	42,6	38,1	111,8
2013	433081	35029	9429	817	45,9	42,8	107,2
2014	438343	37679	7753	732	56,5	51,5	109,8

Примітка. Розраховано автором на основі [171]

Дані табл.2.1 підтверджують суттєві розходження між величинами навантаження на торговельні площі магазинів в цілому по Україні і в сільській місцевості. Саме ці розходження зумовлюють необхідність корегування коефіцієнтів розрахунків товарообороту фізичних осіб-підприємців. Наприклад, якщо величина E у 2014р. дорівнювала 0,341, то $E_{\text{т.ф.с.}} = 0,341 \times 109,8$.

Розрахунки $E_{\text{т.ф.с.}}$ наведені у табл. Ж.1., це відповідно дозволило визначити також розміри товарообороту об'єктів фізичних осіб-підприємців.

Дані табл. Ж.1. з достатньою повнотою розкривають секторальну структуру товарообороту в сільській місцевості. Як видно, більше 36 % товарообороту сільської торгівлі формує торговельна мережа фізичних осіб-підприємців. Важливо також підкреслити, що сукупний товарооборот сільської торгівлі за 2005-2014 рр. зріс до 60,2 млрд. грн., тобто на 94 %.

У динаміці товарообороту роздрібної торгівлі на селі спостерігаються дві протилежні тенденції – частина, яка формується торговельними об'єктами юридичних осіб збільшується, а фізичних осіб-підприємців зменшується. За 2005-2014 рр. перша збільшилася у 5,3 рази, а друга зменшилася на 5%.

В цілому цінність наведених в табл.2.2 даних полягає в тому, що вони формують цілісну уяву про масштаби торгівлі на селі і секторальну структуру товарообороту.

Тепер важливо проаналізувати спроможність роздрібної торгівлі забезпечити потреби сільського населення товарами і послугами.

Для цього необхідно визначити сукупний товарооборот на одну особу, його структуру і порівняти з грошовими доходами і споживчими витратами сільського населення. База даних для такого аналізу наведена в додатку 3, табл. 3.1.

Дані табл. 3.1. свідчать про загальну тенденцію зростання доходів сільського населення, споживчих витрат і товарообороту, що є закономірним процесом. Проте, темпи зростання грошових доходів значно випереджають розміри сільського товарообороту на одну особу. Як результат, через сільську торгівлю населення реалізує лише 22% грошових доходів. Споживчі витрати також переважно здійснюються поза сільською торгівлею. Таким чином, можна зробити висновок, що сільська торгівля належним чином не виконує свою основну функцію – задоволення потреб населення товарами і послугами. Лише 27,2% купівельних фондів сільського населення реалізується в мережі сільської торгівлі, а інша частина – в містах, тобто має місце надмірна міграція покупок сільським населенням в містах, причому ця

негативна тенденція поглиблюється. Якщо у 2005 році поза межами сільської торгівлі купувалося 1/3 продовольчих і непродовольчих товарів, то у 2014 році обсяги купівлі склали більше 2/3.

Міграція покупок пов'язана з тим, що основну частину непродтоварів сільське населення вимушене купувати в містах з різних причин. По-перше, у міських магазинах асортимент непродтоварів значно ширший і ціни нижчі. По-друге, група продтоварів в міській торговельній мережі не тільки ширша, але й гарантує їх безпеку. По-третє, для частини сільського населення, яка працює у райцентрах і в містах, зручніше купувати товари за місцем праці.

Таким чином, міграція покупок зумовлена більш широким вибором товарів в міській торговельній мережі, безпечністю товарів і ціновим діапазоном. Разом з тим, така значна міграція покупок свідчить про недостатній рівень розвитку сільської торгівлі, відсталості торговельних технологій та якості обслуговування. Все це приводить до значних соціальних витрат сільського населення, які проявляються у витратах часу на придбання товару і післяпродажного його обслуговування, транспортних витратах, а також недоотримання доходів сільськими територіями.

У контексті реалізації основної функції сільської торгівлі важливо проаналізувати також асортиментну структуру товарообороту. Як видно з табл. 2.3. в споживчих витратах сільського жителя продовольчі товари займають – 57,1%, непродтовари - 34,8% і послуги – близько 8,1%. Відповідно співвідношення продовольчих і непродовольчих товарів склалося на рівні 57:43 (рис.2.1).

З достатньою очевидністю можна констатувати, що асортиментна структура суттєво деформована. Значна перевага продовольчих витрат у споживчих витратах (близько 2/3) свідчить про надзвичайно низький рівень наявних доходів сільського населення – менше 1,5 тис. грн. в місяць. Попутно зауважимо, що рівень витрат на придбання продтоварів був би ще вище, якщо додати натуральне споживання. Частка спожитих сільським населенням продуктів харчування, вироблених в особистих підсобних

господарствах у 2014 р. склало: м'ясопродукти – 33%, молоко і молокопродукти – 46,3%, яйця–66,3%, овочі–50,8, картопля – 86,9%.

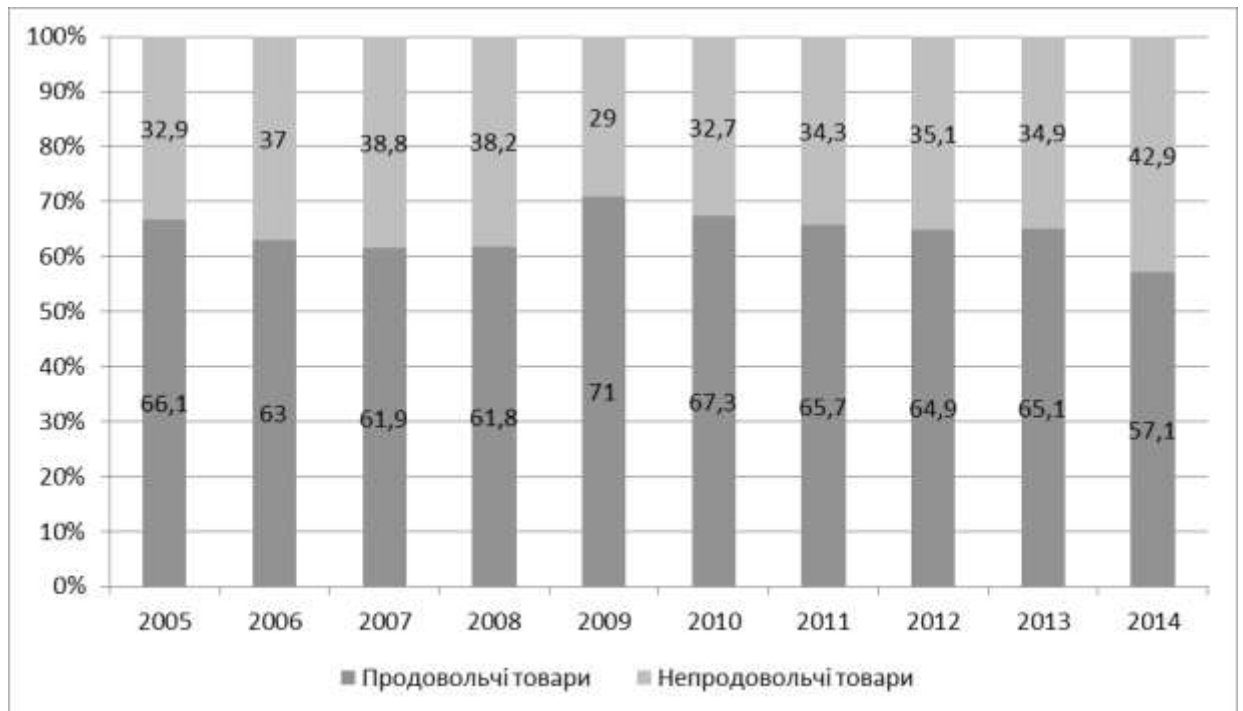


Рис.2.1. Частка продовольчих і непродовольчих товарів у сумі витрат сільського жителя (розраховано автором за даними Державної служби статистики [58, 60])

Низька купівельна спроможність сільського населення суттєво стримує розширення товарообороту непродтоварів. На придбання одягу, взуття сільський житель спроможний виділити з сімейного бюджету не більше 1023 грн. в рік, а на предмети домашнього вжитку, побутову техніку і поточне утримання житла ще менше – лише 535 грн.

Таким чином, торгівля на селі і надалі буде орієнтована на розвиток товарообороту продтоварів та непродтоварів повсякденного попиту. Масштаби міграції покупок в містах зберігатимуться і соціальні втрати стануть ще більш вираженими. Тобто загострюється важлива соціально-економічна проблема, яка набуває соціально-політичний підтекст. Йдеться

про зростання розриву між розміром товарообороту на одного жителя в містах і сільській місцевості (рис.2.2).

За 2000-2014 роки товарооборот в міських поселеннях зріс у 16,9 рази, а в сільській місцевості у 13,3 рази, що зумовило появу суттєвого розриву між міським і сільським товарооборотом у фактичних цінах – більше ніж у 3,6 разів. Аналогічна картина спостерігається при порівнянні товарообороту на одну особу і споживчих витрат сільського населення. Так, якщо у 2005 р. більше 65% споживчих витрат сільського жителя припало на сільську торгівлю і 35% на торгівлю в міських поселеннях, то у 2014 р. ці співвідношення стали зворотними.

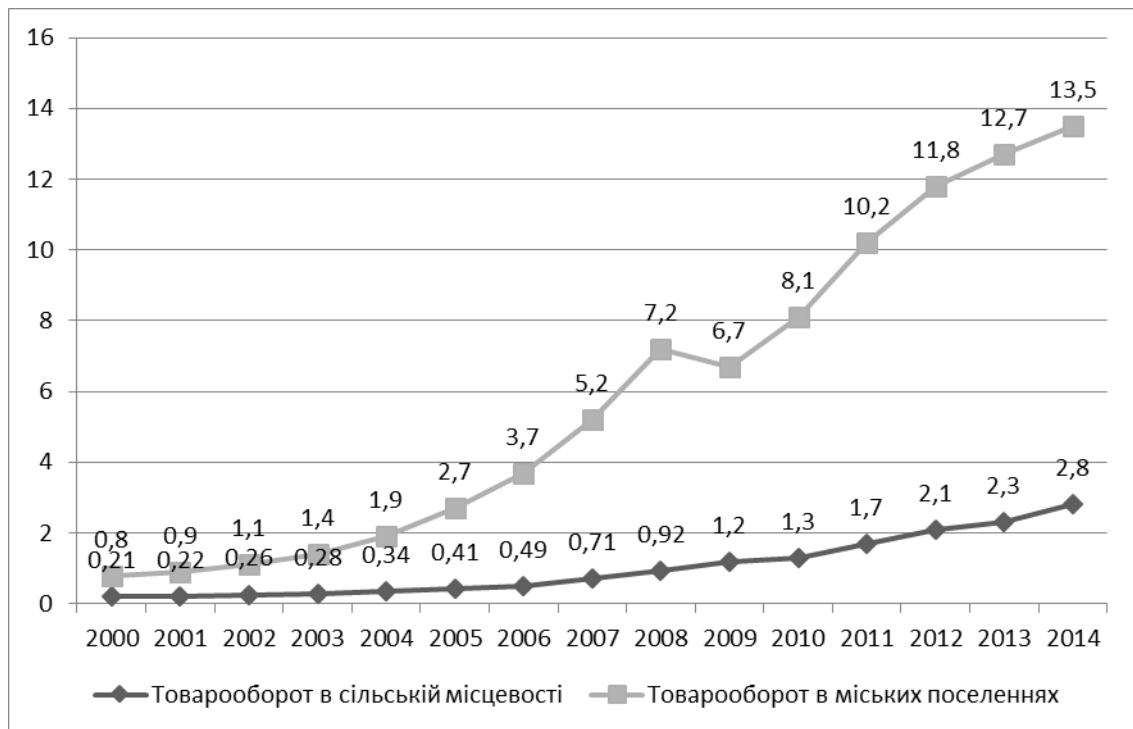


Рис.2.2. Товарооборот роздрібних підприємств на одну особу в містах і на селі (розраховано автором за даними Державної служби статистики [176])

З точки зору соціальної політики держави це означає, що допущений значний провал в реалізації регіональних програм і стратегій розвитку торговельного обслуговування на селі. Серед чинників впливу на таку

ситуацію слід зазначити нестабільність національного економічного розвитку, фінансово-економічні кризи, малоефективність регіональної політики, декларативність програм розвитку сільських територій, низький рівень наявних доходів сільського населення, зростання споживчих цін, "ерозія" роздрібної торговельної мережі споживчої кооперації, негативні тенденції у розвитку торговельних об'єктів в сільській місцевості. Розглянемо більш докладно останню групу чинників

Як зазначалось вище детермінуючим чинником впливу на розвиток СТОСМ є доходи населення, які мають свою специфіку і закономірності розвитку. Зокрема:

- оплата праці у формуванні доходів менше половини, її частка складає лише 43-44%;
- доходи сільського населення у певній мірі формуються за рахунок особистих підсобних господарств;
- в силу соціальних, економічних, природно-кліматичних причин доходи не відрізняються стабільністю і рівномірністю протягом року;
- для доходів сільського населення характерно низький рівень, що межує з прожитковим мінімумом (табл.2.4).

Таблиця 2.4

**Порівняльний аналіз грошових доходів сільського населення і
прожиткового мінімуму**

Показники	Од. виміру	Роки									
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Грошові доходи	грн. на одну особу в місяць	367	440	549	805	821	965	1078	1211	1357	1560
Прожитковий мінімум	грн. на одну особу в місяць	423	464	518	607	638	843	914	1042	1094	1218
Перевищення доходів над прожитковим мінімумом		0,86	0,95	1,06	1,32	1,28	1,14	1,28	1,16	1,24	1,28

Примітка. Дані Мінекономіки України

Аналіз даних табл.2.4 показує, що середній рівень доходів сільського населення лише у 2006 р. зрівнявся з величиною прожиткового мінімуму. У 2014 р. розрив між цими показниками складає 28%. Відповідно 10-11% сільського населення офіційно мали доходи нижче за прожитковий мінімум.

Інший чинник стримування розвитку товарообороту – споживчі ціни. Індекс споживчих цін має тривалу тенденцію до зростання, причому це характерно як для групи продовольчих так і непродовольчих товарів. Випереджаючими темпами підвищуються ціни також на послуги. Тотальне підвищення цін негативно впливає на купівельну спроможність населення, особливо сільського.

Одним з визначальних чинників звуження сфери СТОСМ на селі можна вважати пасивність споживчої кооперації. Будучи адаптивною до соціально-економічних умов села кооперативна торгівля близько 60 років монопольно домінувала в сільській місцевості. Після перебудови економічної системи України і демонополізації торгівлі на селі зросла конкуренція і кооперативна торгівля, як виявилось не була готова до функціонування в конкурентному середовищі. Почався спад товарообороту і масштабна "ерозія" роздрібної мережі(рис.2.3)

За 2000-2014 роки кількість магазинів споживчої кооперації в сільській місцевості скоротилося в 3,6 рази, а об'єктів ресторанного господарства в 5,4 рази. Приблизно на стільки ж зменшилися торговельні площі магазинів і кількість посадочних місць в підприємствах ресторанного господарства.

Слід підкреслити, що скорочення торговельної мережі на селі є загальною тенденцією. Вона характерна, насамперед для організованого сектору торгівлі.

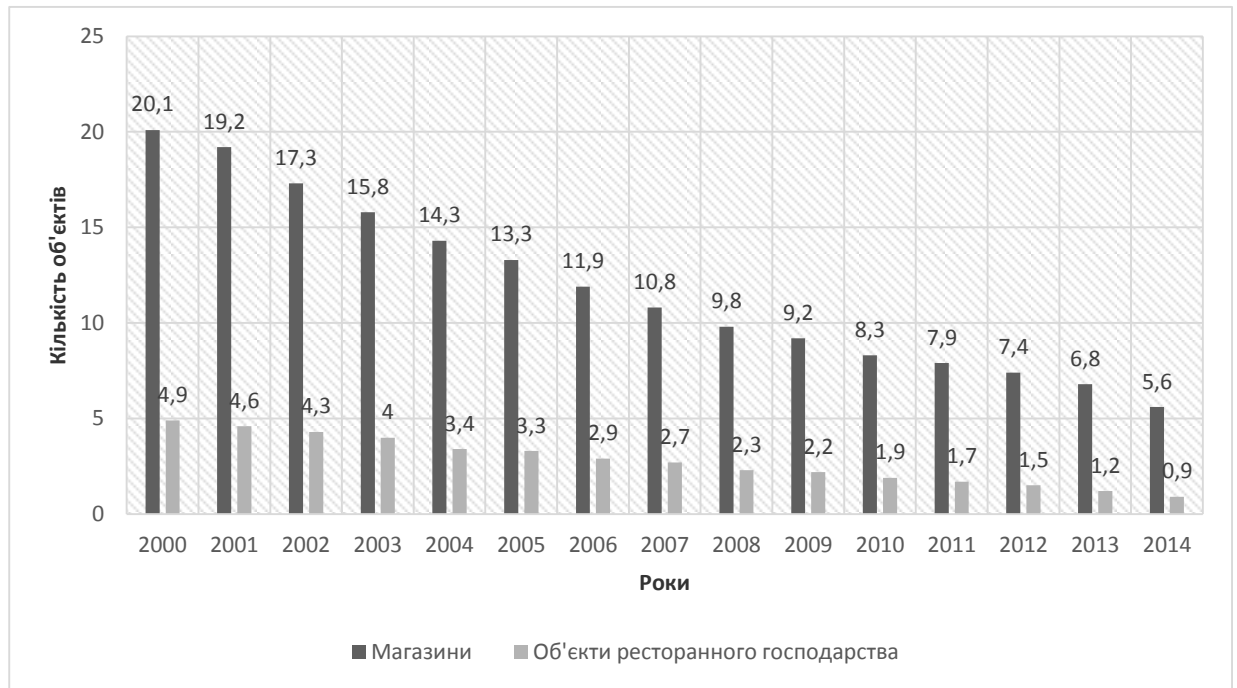


Рис.2.3. Динаміка скорочення кооперативної роздрібної мережі в сільській місцевості (розраховано автором за даними Державної служби статистики)

Так, з 2000-2014 роки кількість магазинів підприємств торгівлі на селі скоротилася у 3,4 рази, а їх торговельна площа в 2,5 раз (додаток К, табл. К.1).

За 2010-2014 роки організований сектор торгівлі в сільській місцевості лишився близько 21 тис магазинів, з яких 14,5 тис, що належало споживчій кооперації. Спроби виправдати такі масштабні скорочення аргументами концентрації торговельних площ в крупних магазинах і ліквідацією дрібних об'єктів безпідставні. Справа у тому, що торговельні площі також скоротилися на 1084 тис. кв. м, тобто на 59,7% у порівнянні з 2000 роком.

Як результат забезпеченість сільського населення об'єктами торгівлі скоротилася більше ніж у два рази, а торговельними площами до 552 кв. м на 10000 жителів села при нормативах 3470 кв. м.

В сегменті ресторанного господарства ситуація аналогічна. За цей же період вибило 3240 ресторанів, кафе, їдалень, барів (з них 2192 об'єкта по лінії споживчої кооперації), і, відповідно, 77 тис. посадочних місць. Помітні

зміни відбулися в структурі роздрібної мережі у наслідку реструктуризації та модернізації об'єктів торгівлі.

Таким чином, в сільській місцевості в 2014 році функціонувало 63,5 тис. об'єктів торгівлі. Їх валовий оборот складав 37,6 млрд. грн.

В структурі мережі торгівлі появляються об'єкти нового профілю – аптеки, АЗС, автозапчастини, кафе, бари, розважальні центри.

Спостерігається спеціалізація деяких магазинів в сегменті непродтоварів: одяг-взуття, мото-велотовари, сільгоспінвентар, мала сільськогосподарська техніка.

На селі створюються нові типи магазинів:

- дискаунти-магазини, розраховані на середнього за доходами покупця з базовим асортиментом продтоварів середньої якості та середньої ціни;

- коопмаркети-магазини, в асортименті яких переважають продтовари. Непродтовари повсякденного попиту займають 18-20%.

- комбіновані магазини типу магазин-бар, магазин-пекарня, магазин-заготпункт, інтернет-кафе.

В СТОСМ значно підвищився рівень культури та якості торговельного обслуговування, впроваджуються нові методи і форми продажу, розширився перелік послуг, які надаються покупцям, у тому числі на стадії післяпродажного обслуговування.

Характер і зміст наведених змін будуть докладно розглянуті у наступних розділах. Тут лише зазначимо, що в умовах демонополізованої сільської торгівлі під тиском конкуренції відбуваються глибокі структурні зміни, які перетворюючи впливають на сільську торгівлю.

У контексті даного дослідження значний інтерес представляє аналіз динаміки розвитку інших сегментів сільського ринку. Йдеться про заготівельну діяльність (дрібнооптова торгівля сільгосппродукцією) і функціонування формальних і неформальних ринків з продажу продовольчих і непродовольчих товарів.

Заготівельна діяльність представляє закупівлю дрібних партій не переробленої сільгосппродукції в особистих підсобних господарствах, у фермерів, сільгосппідприємствах за цінами домовленостей. Ця сфера ділиться на організований і неорганізований сектор. У першому секторі, за даними Мінагрополітики функціонують близько 12 тис. заготівельних пунктів. Крім того, у цьому секторі у незначних масштабах заготівельну діяльність здійснює споживча кооперація. У 2000 році заготівельний оборот споживчої кооперації дорівнював 380 млн. грн., а в 2010 р. такий оборот зріс до 752 млн. грн. З 2011 року обсяги заготівельної діяльності споживчої кооперації не обліковуються.

Значна частина заготівельного обороту перейшла у неорганізований сектор, де активну діяльність розгорнули фізичні особи – підприємці посередники. Вони закуповують у населення значні обсяги картоплі, овочів, баштанів, фруктів з метою перепродажу і навіть експорту.

Структура дрібнооптової торгівлі сільгосппродукції в Україні тільки формується. Вона невдосконала, деформована без належного інституціонального забезпечення і матеріально-технічної бази. Між тим ресурсна товарна база сільгосппродукції тільки у сільського населення, за даними спеціальних обстежень домогосподарств перевищує 30 млрд. грн. Частково ці ресурси реалізуються безпосередньо товаровиробниками на ринках.

В Україні функціонує розгалужена мережа ринків з продажу агропродовольчих ресурсів і споживчих товарів. Загальна кількість ринків у 2013 році складала 2609 од., де зосереджено близько 850 тис. торгових місць.

Ринки виконують складні соціально-економічні функції:

- забезпечують потреби населення в товарах і послугах;
- сприяють розвитку і розширенню товарного виробництва в країні;
- забезпечують трудову зайнятість не менше 1 млн. людей.

Особливо слід підкреслити, що ринки в Україні виступають не тільки господарськими суб'єктами, але у значній мірі – соціальним інститутом.

У розвитку ринків спостерігається товарна спеціалізація. Всі ринки можуть бути об'єднані у три групи: продовольчі ринки (15,6% загальної кількості ринків), змішані ринки (62%) в непродовольчих товарів (24,4%). В групі продовольчих ринків важливе місце відіграють спеціалізовані ринки з реалізації сільгосппродукції, кількість яких нині перевищує 228 од. Більш повне уявлення про кількісну структуру ринків та їх динаміку дає табл. 2.5.

Таблиця 2.5

Динаміка розвитку ринків

Роки	Загальна кількість ринків	у тому числі				Кількість торгово-вих місць (тис)	Площа ринків тис.м ²		Середній розмір ринку	
		Продовольчі ринки		Непродовольчі ринки	Змішані ринки		загальна	торгова	за кількістю торгових місць	за торговою площею кв.м
		кількість	з них сільгосп продукти							
2000	2514	634	380	511	1364	664,1	17679	13354	264	5311
2005	2886	502	288	719	1665	921,8	21058	14553	314	5042
2010	2758	407	248	699	1652	881,2	21471	13764	314	4990
2011	2698	390	229	667	16471	878,9	21318	13546	326	5020
2012	2647	368	228	643	1636	867,1	21256	13146	328	4966
2013	2609	355	204	634	1620	849,7	21100	13046	325	5000
2014	2177	274	168	525	1378	732,7	18531	11368	337	5222
2014/2000 %	86,6	43,2	44,2	102,7	101,0	110,3	104,8	85,1	127,7	98,3

Примітка. Розраховано автором на основі [127]

Як видно з табл. 2.5 після 2005 року кількість ринків набула негативну динаміку, головним чином за рахунок скорочення продовольчих ринків. В той же час кількість торгових місць суттєво збільшилась, розширилась

загальна площа ринків, за кількістю торгових місць середній розмір ринку збільшився на десяту частину.

Тривогу викликає скорочення кількості ринків з реалізації сільгосппродукції. Проте, цей процес пояснюється низкою причин:

- набирають темпи розвитку збутові та маркетингові кооперативи, які залучають у товарооборот частину товарної сільськогосподарської продукції;
- для реалізації своєї продукції середні і крупні товаровиробники використовують новий канал – оптові ринки сільгосппродукції;
- активізувала свою діяльність мережа змішаних ринків.

І все ж на фоні зростання кількості ринків з продажу непродтоварів скорочення сільгоспринків виглядає логічним для України з потужним аграрним сектором.

У такій ситуації важливо визначити обсяги продажу сільгосппродукції через ринки. Але зробити це можливо лише розрахунково, оскільки дані офіційної статистики відсутні.

За основу розрахунків візьмемо величину обороту фізичних осіб-підприємців і організованих ринків. Такий оборот дорівнював 384 млрд.грн [3, с.7]. Крім того, через неформальні ринки реалізується до 3% продукції. Далі розрахунки показали, що через організовані ринки реалізується не менше 30% продукції (рис.2.4).

Узагальнюючи результати аналізу розвитку сільської торгівлі можна виділити низку тенденцій її сучасного розвитку.

З рисунку 2.4 випливає, що в загальному товарообороті формальних ринків частка продукції, яка реалізується через сільськогосподарські ринки складає лише 4,9% або 16 млрд.грн. Якщо припустити, що в обороті неформальних ринків 20-25% складає сільськогосподарська продукція, то загальна сума ринкового обороту сільськогосподарської продукції дорівнюватиме близько 20 млрд.грн в рік. У порівнянні з обсягами товарної продукції аграрного сектору економіки така сума надзвичайно мала.

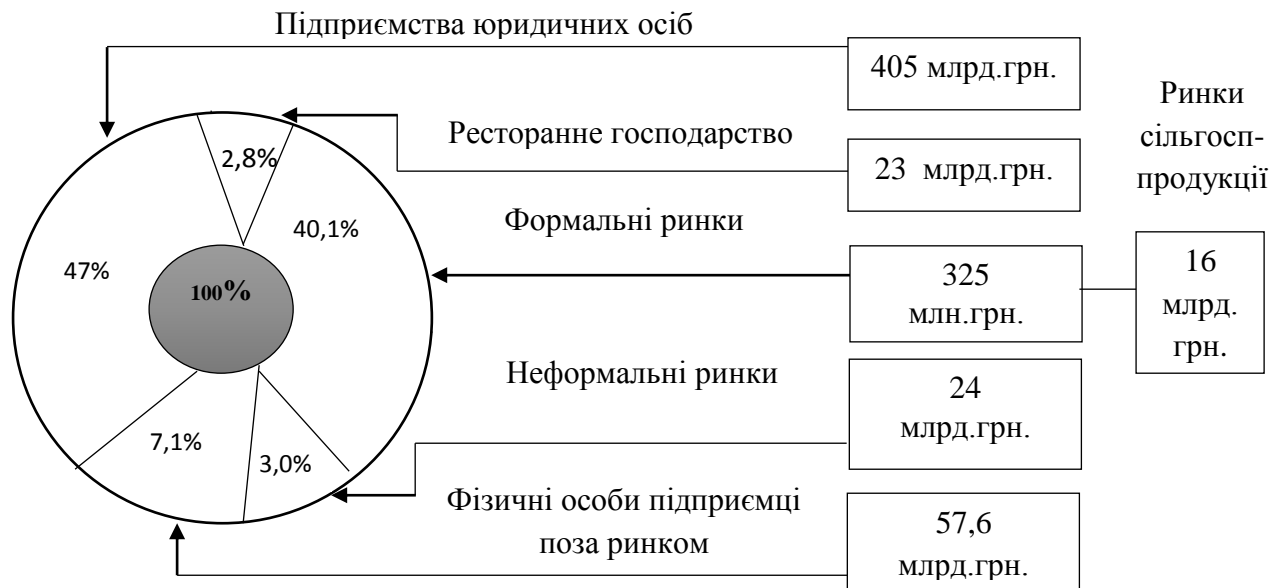


Рис.2.4. Структура роздрібного товарообороту включаючи організовані і неформальні ринки (розраховано автором за даними Державної служби статистики [127, 198])

Перша – товарооборот роздрібної торгівлі на селі має стабільну тенденцію до зростання. При цьому тільки за рахунок сегменту підприємств. Товарооборот фізичних осіб-підприємців, на відміну від загальнонаціональної тенденції скорочується. Отже, у внутрішньому сільському товарообороті розвиваються дві протилежні тенденції.

Друга – доходи сільського населення, споживчі витрати і роздрібний товарооборот мають стійку тенденцію до зростання, що є закономірним процесом. Проте товарооборот суттєво відстає у своєму розвитку, що зумовлює такі явища, як міграція покупок сільським населенням в рай центрах і містах. Масштаби міграції неприпустимо великі – вони сягають 2/3 споживчих витрат сільського населення.

Третя – частка продовольчих товарів у сумі витрат сільського жителя стабілізувались на неприпустимо високому рівні 66-65%, що характерно для слаборозвинутих країн. Така тенденція зумовлена двома причинами:

- низьким рівнем грошових доходів сільського населення;
- деформованою асортиментною політикою в сільській торгівлі.

Четверта – розриви між сільським товарооборотом на одну особу і міським товарооборотом неухильно зростає і сягає нині 5,1 раза.

П'ята – кількість магазинів споживчої кооперації, системи, яка історично функціонувала на селі, постійно зменшується. За 2000-2014 роки відбулося скорочення магазинів у 3,6 раза і об'єктів ресторанного господарства у 5,4 раза. Аналогічна тенденція спостерігається з торговельними площами і посадочними місцями.

Шоста – роздрібна мережа підприємств торгівлі в останні 20 років постійно звужується і складає нині лише 29,5% від рівня 2000 року. Відповідно знижується забезпеченість населення торговельними площами до 16% від нормативу.

Сьома – при зростанні товарної продукції особистих підсобних господарств кількість ринків з продажу сільгосппродукції має зворотню тенденцію – скорочується з 380 од. у 2000 році до 168 од. в 2014р.

Таким чином, в сільській торгівлі спостерігаються неоднозначні, часто протилежні тенденції розвитку і функціонування, зумовлені впливом як ендегенних, так екзогенних чинників. Достовірно і всебічно оцінити наслідки таких тенденцій і науково обґрунтувати пріоритети розвитку сільської торгівлі можливо за умови глибокого аналізу ефективності використання потенціалу торгівлі в сільській місцевості.

2.2. Потенціал сільської торгівлі та ефективність його використання

Потенціал виступає ключовим фактором розвитку і функціонування будь-якої економічної системи, у тому числі, торгівлі. Тому в економічних дослідженнях ця категорія загальноновизнана як базова. Проте, методологічні підходи до її теоретичного аналізу недостатньо вивчені. Відповідно погляди представників різних наукових шкіл на сутнісну характеристику потенціалу, як економічної категорії, суттєво різняться.

Термін "потенціал" (від латинського "potential") означає "міцність", "сила" (інші похідні варіанти) – "здатний", "спроможний". З часом цей термін набув розширене тлумачення залежно від об'єкту або системи, що досліджується. Відносно господарюючих суб'єктів потенціал згідно «Економічної енциклопедії» – це ... "наявні в економічного суб'єкта ресурси, їх оптимальна структура та вміння раціонально використати їх для досягнення поставленої мети"[62, с. 510]. Характеризуючи конкретний вид потенціалу, наприклад, економічний, О. Бачевський визначає його як ... сукупну здатність наявних економічних ресурсів забезпечити виробництво максимально можливого обсягу корисності [19, с.23]. Інший сучасний дослідник Т. Калінеску характеризує потенціал як ... "сукупність організованих у певних соціально-економічних формах ресурсів, що можуть за діючих чинників середовища бути спрямовані на реалізацію діяльності підприємства..." [80, с. 14]. Підхід до визначення потенціалу у зазначених авторів можна назвати ресурсним.

Крім ресурсного підходу зустрічається підхід використання можливостей. Так, О.Федонін, І.Репіна, О. Олексин вважають, що суть "потенціалу підприємства" полягає в інтегральному відображенні (оцінці) поточних і майбутніх можливостей економічної системи трансформувати вхідні ресурси в економічні блага максимально задовольняючи у такий спосіб корпоративні і суспільні інтереси" [214, с.20].

Позиції вказаних авторів співпадають з трактовкою потенціалу американським вченим І. Ансоффом, який стверджує, що суть потенціалу полягає з боку "входу" – у фінансових сировинних людських ресурсах, а з боку "виходу" – у виробленій продукції та послуг, що дозволяє організації постійно добиватись своїх цілей [3, с.2]. Більш коротко і ємко визначає потенціал Н. Краснокутська, як "можливість системи ресурсів, здатностей і компетенцій створювати цінність для зацікавлених сторін" [96, с.13].

Як видно, в основі дефініції потенціалу покладаються різня поняття: наявні ресурси, сумарні потужності, потенційні можливості, спроможність і

навіть умови. Це свідчить про складність і багатогранність соціально-економічного змісту потенціалу. Його сутність доцільно розглядати крізь призму декількох понять. Статичний аспект потенціалу слід розкрити через характеристику наявних ресурсів. Динамічний – на базі поточних і скритих резервів. Крім того, важливо врахувати внутрішні зв'язки потенціалу і механізми взаємодії ресурсів та резервів для максимізації можливостей потенціалу. Таким чином, сутнісна характеристика потенціалу містить різні складові, три з яких є ключовими: ресурси, резерви, а також механізми їх взаємодії, які забезпечують реалізацію потенціалу.

З таких позицій, на наш погляд, сутність потенціалу полягає у максимальній реалізації можливостей наявних органічно взаємопов'язаних ресурсів і мобілізованих резервів з метою забезпечення функціонування та розвитку соціально-економічної системи. Це визначення відноситься і до системи торгівлі.

Конкретно сукупний потенціал торгівлі структурно містить наступні складові:

- наявні ресурси – матеріально-технічні, фінансово-економічні, трудові, організаційні;
- резерви: ресурсні, інфраструктурні, управлінські;
- зв'язки, відносини, механізми взаємодії.

Важливо зауважити, що залежно від органічного поєднання і форми взаємодії у складі сукупного потенціалу торгівлі постійно реалізуються декілька видів потенціалів. Найбільш характерними для торгівлі є економічний, соціальний, техніко-технологічний, організаційно-управлінський та комерційний потенціал (рис.2.5).

Як системне угруповання взаємопов'язаних елементів сукупний потенціал торгівлі характеризується постійною внутрішньою взаємодією, що забезпечує його динамічну реалізацію значною мірою за рахунок синергії. Вимір потенціалу торгівлі є багатокритеріальним.

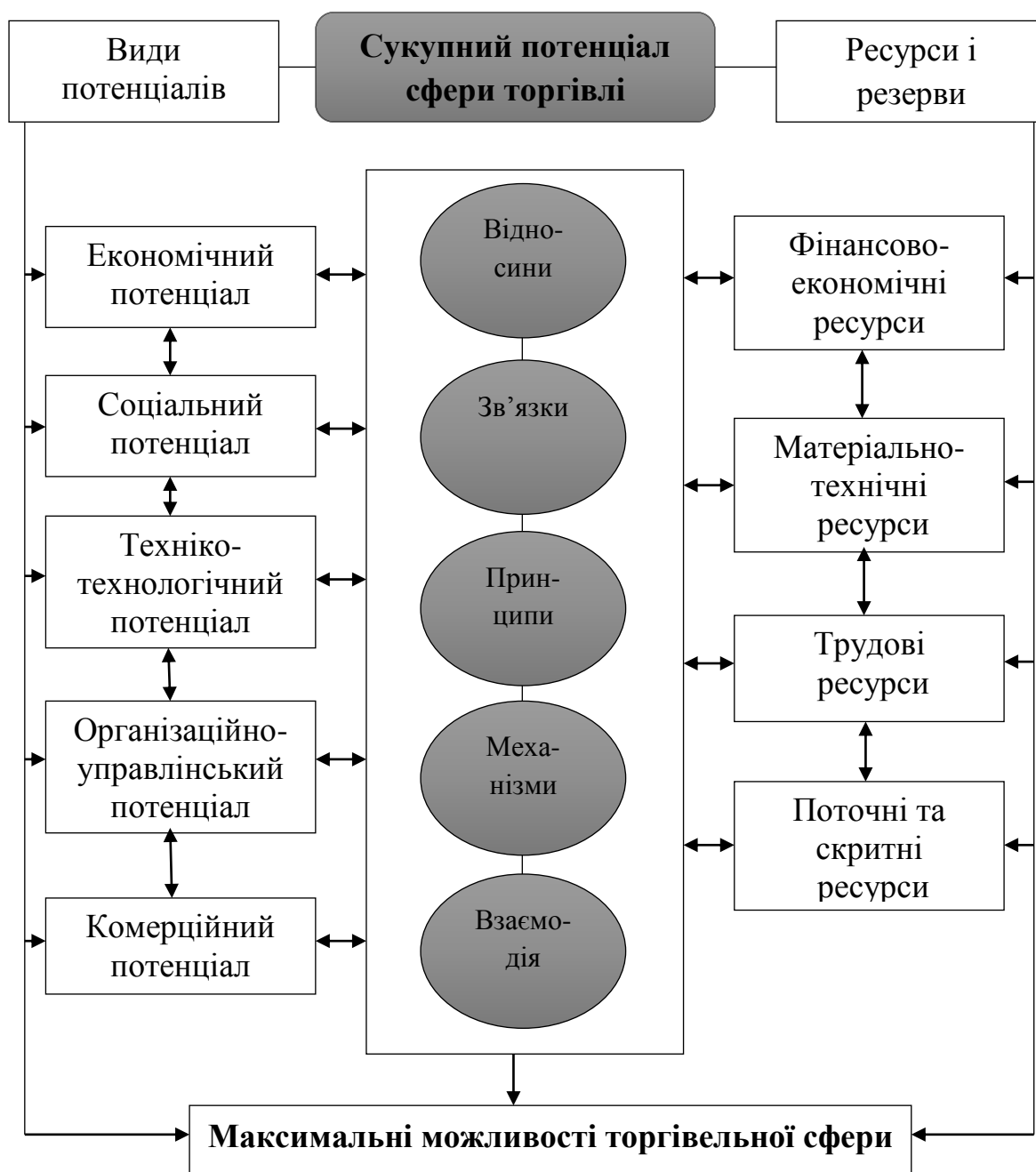


Рис.2.5. Структура сукупного потенціалу торгівлі (розробка автора)

Критеріями максимальних можливостей торгівлі можуть бути: найбільш повне задоволення потреб споживачів в товарах і послугах, доступність населення до торговельного обслуговування, висока культура і якість обслуговування та інші. Для СТОСМ перші два критерії є

основоположними. Саме вони, а також фактори середовища функціонування торгівлі зумовлюють особливості потенціалу сільської торгівлі

Особливості сукупного потенціалу сільської торгівлі полягають у наступному:

- ресурсна база за своїми кількісними та якісними параметрами поступається сукупному потенціалу міської торгівлі;
- диференціація рівня розвинутості потенціалу суттєва. Вона залежить від поселенської структури;
- якісне оновлення і нарощування потенціалу сільської торгівлі носить повільний і фрагментарний характер з причин відсутності інвестицій;
- реалізація потенціалу сільської торгівлі відбувається у вузьких критеріальних межах;
- кінетична сила потенціалу висока, оскільки скриті та поточні резерви в сільській торгівлі значні;
- принципи, зв'язки, механізми взаємодії складових сукупного потенціалу малорозвинуті.

Зазначені особливості обумовлюють специфічні ознаки і параметричні величини потенціалу сільської торгівлі. Вони не торкаються глибинної суті і характеру потенціалу торгівлі як системи.

Це важливо підкреслити з двох причин:

- по-перше, відпадає необхідність пошуку і апробації специфічних методологічних підходів і методичних положень для аналізу і діагностики потенціалу сільської торгівлі, оскільки можна використати відповідну методологічну базу загальнонаціональної торгівлі;
- по-друге, є можливість використати загальні показники та індикатори системи торгівлі як орієнтирів для порівняльного аналізу розвитку і реалізації потенціалу сільської торгівлі.

Проаналізуємо більш докладно потенціал сільської торгівлі крізь призму реалізації ресурсів окремих видів внутрішніх потенціалів.

Економічний потенціал сільської торгівлі за своєю природою є вартісним. Структурно він охоплює оборотні та необоротні активи, фінансову систему, інвестиції, різноманіття фондів. Такий потенціал виражає економічний базис розвитку і функціонування торгівлі.

Фундаментом економічного потенціалу, безперечно, є необоротні та оборотні активи. Вони переважають як за функціональною значимістю, так і кількісними параметрами.

Так, необоротні активи торгівлі, до складу яких відносяться основні засоби, довгострокові фінансові інвестиції, незавершене будівництво, нематеріальні активи формують майнову основу системи, її виробничий потенціал у вартісному виразі. Від його обсягу, структури, темпів розвитку залежить господарська і економічна діяльність торгівлі.

Оборотні активи (активи в товарних запасах, дебіторська заборгованість, поточні інвестиції і грошові кошти) забезпечують процес обігу. В сфері торгівлі їх вартість у грошовому виразі суттєво перевищує обсяги необоротних активів. В національному господарстві співвідношення цих активів майже рівні.

Кількісна оцінка параметрів необоротних і оборотних активів сільської торгівлі надзвичайно ускладнена з причин відсутності системного моніторингу і даних офіційної статистики. Тому вона може бути здійснена лише розрахунково на основі окремих статистичних матеріалів, які віддзеркалюють загальний потенціал сфери торгівлі з поправками отриманих з даних статистичної звітності кооперативної торгівлі, яка здійснює свою діяльність переважно на селі.

Розрахунково величина активів може бути представлена наступним чином (табл.2.6).

Дані табл. 2.6 дають уявлення про обсяги і структуру необоротних і оборотних активів внутрішньої торгівлі і окремих сегментів цієї сфери. Як видно, у роздрібній торгівлі України зосереджено лише 18% необоротних і 8% оборотних активів. Що стосується торгівлі на селі, то тут концентрація

активів ще нижче. На селі зосереджено 3,67 млрд. грн. основних засобів або 15% їх обсягів в роздрібній торгівлі при тому, що кількість магазинів на селі перевищує 22%. Оборотні активи в запасах також незначні – всього 8%, при середній по роздрібній торгівлі 20%.

Таблиця 2.6

Структура необоротних і оборотних активів підприємств в сфері торгівлі

	Внутрішня торгівля України (1)						Довідково споживча кооперація (млн.грн.) (3)
	млн. грн.	%	Роздрібна торгівля				
			млн. грн.	%	Торгівля на селі (2)		
					млн. грн.	%	
I. Необоротні активи: – основні засоби	202201 79379	100 <u>100</u> 39	45440 24448	22,5 30,8	X 3667	x 15,0	x 2136 (4)
II. Оборотні активи: – оборотні активи в запасах товарів; – дебіторська заборгованість	968580 185797 548190	<u>100</u> <u>100</u> <u>100</u> 57	131254 43580 56586	13,6 23,5 10,3	X 3486 3395	x 8,0 6,0	x 409,6 83,2

Примітка. 1. Статистичний збірник: Діяльність суб'єктів господарювання (2014). Державна служба статистики України, К., 2015.

2. Розрахунки автора.

3. Показники господарської фінансової діяльності Укоопспілки. – К., 2015.

4. Балансова вартість.

В цілому економічна база сільської торгівлі неприпустимо слабка. Це пов'язано з відсутністю інвестицій у суб'єкти сільського ринку і критичним звуженням масштабів торговельної діяльності кооперативної торгівлі в останнє десятиріччя.

Зауважимо, що економічний потенціал торгівлі на селі використовується малоефективно. За нашими розрахунками рівень фондівіддачі складає лише 68% від загального рівня роздрібної торгівлі, товарні запаси сягають 30-35 днів до обороту, кредиторська заборгованість перевищує дебіторську у 2,8 рази. Рентабельність товарообороту низька – всього 2,5-3%.

Резервів для активізації економічного потенціалу сільської торгівлі, по-суті, вичерпані, тому об'єктивно назріла необхідність глибокої модернізації економічної бази, форм господарювання та ринкових механізмів в торгівлі на

селі. Йдеться про ефективну дерегуляцію торговельного бізнесу на основі нових законодавчих норм. Крім того, доцільно розширити торговельну мережу агрофірм, агропромислових формувань, інтегрованих господарських організацій. Особливо важливо вдосконалювати економічні механізми функціонування торгівлі в частині перерозподілу прибутку, нарахування платежів, податків, розрахунків за товари, надання компенсацій в депресивних сільських районах. Все це дозволить стабілізувати торгівлю на селі, довести рівень економічної ефективності її діяльності до оптимальних норм (Додаток Л, табл. Л.1).

Проаналізуємо другий за значимістю потенціал торгівлі – **соціальний потенціал**, який виражає соціальну функцію. Суть такого потенціалу полягає у сукупності взаємопов'язаних соціальних ресурсів, соціальних форм, соціальних відносин і механізмів, які в процесі взаємодії забезпечують соціальну діяльність торгівлі, соціальну орієнтацію і відповідальність торговельного бізнесу. Розвиток соціального потенціалу сільської торгівлі обумовлений об'єктивними чинниками.

По-перше, в задекларованій соціально-орієнтованій національній економіці торгівля повинна мати виражену соціальну спрямованість господарської діяльності.

По-друге, в ринкових умовах соціальні проблеми набули особливу гостроту в сільській місцевості, тому соціальна активність торгівлі повинна зростати, а відповідно і соціальний потенціал торгівлі.

По-третє, по мірі глобалізації товарних ринків посилюються соціальна відповідальність торговельного бізнесу в сфері недобросовісної конкуренції, тіньовій економічній небезпечності товарів.

Основними ресурсами соціального потенціалу торгівлі на селі є соціально-орієнтовані об'єкти торгівлі, кадри, людський капітал, фонди соціальної підтримки, форми соціального захисту, соціальні стандарти.

В сільській місцевості функціонує широке різноманіття об'єктів торгівлі: спеціалізовані і універсальні магазини, дрібнороздрібна мережа,

засоби пересувної торгівлі, формальні і неформальні ринки. Проте, соціально орієнтованих об'єктів, розрахованих на соціально малозахищений контингент населення (бідних, багатодітних сімей, біженців, ветеранів) не створено. Навіть магазини споживчої кооперації, а їх близько 8 тис. од., не відрізняються соціальною спрямованістю своєї діяльності, оскільки асортимент, умови обслуговування, ціни, порядок розрахунків, післяпродажне обслуговування однакові для всіх покупців.

Інший ресурс соціального потенціалу торгівлі – трудові ресурси, кадри, людський капітал. В сфері торгівлі працюють 4,5 млн. осіб або 25%, зайнятих у національному господарстві, причому 2/3 на умовах самозайнятості, тобто фізичні особи-підприємці. В торгівлі на селі за різними джерелами зайнято 250-300 тис. осіб, з яких 30 тис. чол. в системі споживчої кооперації. В цілому фізичні особи – підприємці суттєво переважають в сільській торгівлі. Якісний аспект трудових ресурсів і кадрового складу формується під впливом багатьох чинників.

Так, в умовах безробіття навантаження на одне вакантне місце в торгівлі сягає 15 осіб, відповідно зростають вимоги до кваліфікації працівників торгівлі. В результаті постійно оновлюється їх якісний склад. Нині частка осіб з повною і неповною вищою освітою перевищує 50%, причому в деяких регіонах цей рівень сягає 65-70%.

Можна констатувати, що соціальні ресурси торгівлі, за виключенням кадрового складу, не відповідають завданням торгівлі, і це суттєво стримує розвиток соціальної діяльності торгівлі на селі, а також знижує її соціальну роль.

Із соціальним потенціалом тісно взаємодіє **матеріально-технічний потенціал** сільської торгівлі, який являє сукупну спроможність її матеріальних ресурсів і резервів, покликаних забезпечити реалізацію базових функцій торгівлі. Особливістю матеріально-технічного потенціалу є те, що складовими виступають матеріальні елементи: споруди, будинки, обладнання, машини, сировина, товарні запаси, технології, об'єкти власної

інфраструктури, а також земля. На практиці споруди і будинки – це об’єкти торгівлі, до яких слід віднести магазини, кіоски, павільйони. Заготівельні пункти, ринки з продажу сільгосппродукції, продовольчих і непродовольчих товарів, аптеки, бензозаправки.

Основним ресурсом матеріально-технічного потенціалу є торговельна мережа тобто магазини, об’єкти дрібнороздрібної торгівлі, ринки, аптеки, бензозаправки. Аналіз їх кількості, структури, розміщення дає уявлення про масштаби і контури цього ресурсу в сегменті сільської торгівлі (табл.2.7).

В аналітичних матеріалах, як правило, представлені дані офіційної статистики стосовно організованого сектору торгівлі. Але це недостатньо для повноцінного аналізу, оскільки на селі функціонує розгалужена мережа об’єктів фізичних осіб – підприємців тобто неорганізованого сектору. Тому тільки зведені дані можуть відображати реальний стан.

Таблиця 2.7

Кількість і структура об’єктів торгівлі в сільській місцевості

(2014р.)

Мережа роздрібної торгівлі	Кількість об’єктів, що належать суб’єктам підприємництва в організованому секторі торгівлі	Кількість об’єктів фізичних осіб-підприємців	Всього об’єктів торгівлі	з них			
				місто		село	
				Кількість	%	Кількість	%
Магазини	38621	125866	164487	120404	73,2	44083	26,7
Кіоски, контейнери	4879	60988	65867	61783 (1)	93,8	4084	6,2
Аптеки	9037	-	9037	7998	88,5	1039	11,5
Автозаправки	6107	600	6707	5325	79,4	1382	20,6
Всього	49607	187454	246098	212136	86,2	33962	13,8

Примітки. Розраховано автором за даними Держстатслужби України: Мережа роздрібної торгівлі та підприємств (статбюлетень) - Державна служба статистики України, К., 2015. Результати обстеження мережі, що належить фізичним особам – підприємцям.

1. Переважно на території ринків

Як видно з табл. 2.7, в сільській торгівлі зосереджено майже 34 тис. стаціонарних і напівстаціонарних об’єктів торгівлі, що складає 13,8% їх

загальної кількості у внутрішній торгівлі. Структура торговельної мережі на селі має свою особливість:

- наявність нетрадиційних для сільської торгівлі об'єктів—аптеки, бензозаправки ;
- основна частина об'єктів торгівлі належить фізичним особам—підприємцям;
- в структурі переважають магазини, а не напівстаціонарні об'єкти.

Слід особливо підкреслити, що об'єкти торгівлі виконують основну функцію торгівлі – забезпечення потреби сільського населення в товарах і послугах. Крім того, через сільську торговельну мережу реалізується частина товарів підприємницьким структурам, ресторанному господарству, дитячим і шкільним закладам, іншим соціальним установам. Виконання цієї важливої функції вимагає не тільки достатню кількість об'єктів торгівлі, але й достатньо високі їх якісні характеристики, а також відповідні спеціалізації. Між тим, якісний стан об'єктів торгівлі, насамперед, сільських магазинів проблематичний.

Так, середній розмір магазину на селі складає лише 51,4 кв.м торговельної площі, спеціалізація деформована, рівень якісного стану низький (табл.2.8).

Таблиця 2.8

Кількість, спеціалізація магазинів та їх розміри в сільській місцевості

(2014р.)

	Од. Виміру	Всього в Україні (1)	У тому числі на селі	
			Кількість	%
Магазини:	тис.од.	164,5	44,1	26,8
- продтовари	-//-	84,6	35,6	42,1
- непродтовари	-//-	79,9	7,9	9,9
Торговельна площа	тис.кв.м	14327	2267	15,8
Середній розмір магазину	кв.м	87,1	51,4	59,1

Примітки. Розраховано автором

1. Магазини підприємств і фізичних осіб-підприємців.

Як видно з табл.2.8, в торгівлі на селі розміщено лише 15,8 торговельних площ магазинів, що недостатньо для обслуговування третини населення

країни. Обмежені площі зумовлюють незначну пропускну спроможність. Пояснюється такий стан тим, що переважають магазини фізичних осіб-підприємців. Середній розмір такого магазину складає у сільській місцевості лише 43-44 кв. м. Попутно зауважимо, що не більше третини магазинів фізичних осіб-підприємців перевищує 50 кв. м торговельної площі.

Інша гостра проблема – нерациональна профілізація об'єктів торгівлі. З 44,1 тис. магазинів лише 7,9 тис. або 18% всіх сільських магазинів реалізують непродтовари. Частково ця проблема зумовлена структурою попиту сільських жителів. Проте, основна причина криється у відсутності ефективної асортиментної політики, доступності кредитів, достатніх торговельних площ, наявності раціональної системи товарного забезпечення.

Поряд з торговельними об'єктами до матеріально-технічного потенціалу відносяться також обладнання, транспорт, технології.

Рівень технічного оснащення об'єктів торговельного обслуговування в сільській місцевості залишається традиційно низьким з невідомих причин. По-перше, магазини на селі переважно дрібні з максимальною торговельною площею 100-150 кв. м, що виключають складні технологічні планування і відповідно дороги набори технологічного обладнання. По-друге, асортимент товарів, його структура не зумовлюють особливих вимог до мерчендайзингу, скерування потоків покупців, організації інформації, реклами. Все це обмежує необхідність придбання і використання широкого діапазону технічних засобів, машин, приборів, комп'ютерів, терміналів.

В таких умовах більшість магазинів орієнтовано на традиційні методи продажу товарів. Тому набір обладнання включає пристані шафи і горки, прилавки, у тому числі, холодильні, механічні ваги, скляні вітрини.

Слід зауважити, що в останні роки під впливом конкуренції спостерігається переоснащення торговельних об'єктів з метою інтенсифікації торгівлі, підвищення якості і культури обслуговування та посилення конкурентних позицій. Так, мережа магазинів "Коопмаркет", розташованих переважно в сільській місцевості, перейшла на стандартні набори технічного

оснащення з використанням інноваційного обладнання і прогресивних технологій (табл.2.9).

Як видно з табл. 2.9, в магазинах мережі "Коопмаркет" впроваджуються сучасні електронні прибори, апарати та інші види торговельного обладнання. Правда, ця мережа малочисельна і розвивається надзвичайно повільно.

Таблиця 2.9

Сучасне торговельне обладнання розрахункового вузла

Види обладнання	Площа "Коопмаркета" до 100 кв.м	Площа "Коопмаркета" від 100 до 150 кв.м
Касовий апарат	1	1-2
Сканер	1	1-2
Електронні ваги:	2	4
до 15 кг	1	3
до 150 кг	1	1
Комп'ютер	1	1-2
Етикет-пістолет	1	1-2

Примітка. Концепція маркетингу споживчої кооперації України К.–2010;

В цілому матеріально-технічний потенціал СТОСМ можна охарактеризувати як слаборозвинутий в інноваційному сенсі. В той же час він максимально адаптований до умов і образу сільського життя. Кількісна та якісна оцінка сучасного рівня матеріально-технічного потенціалу показує, що:

- об'єкти торгівлі, які функціонують в сільській місцевості незначні за своїми розмірами і кількісно недостатні для забезпечення потреб населення в товарах. Близько 6000 тис. населених пунктів на селі не мають торговельних об'єктів;

- в структурі суб'єктів торгівлі переважають фізичні особи-підприємці, які в силу інвестиційної неспроможності не в стані забезпечити якісне зростання матеріально-технічного потенціалу торгівлі на селі;

- обмежені торговельні площі і традиційне торговельне обладнання суттєво ускладнюють впровадження нових технологій, підвищення культури і якості торговельного обслуговування;

- низька віддача матеріально-технічного потенціалу: середньомісячний товарооборот у розрахунку на один сільський магазин складає лише 68 тис. грн. Попутно зауважимо, що товарооборот одного магазину в Україні перевищує 600 тис. грн.

Більш глибокий аналіз використання матеріально-технічного потенціалу торгівлі показує, що рівень його ефективності у порівнянні з аналогічними показниками по Україні суттєво відрізняється (табл.2.10).

Таблиця 2.10

**Порівняльний аналіз використання роздрібної мережі підприємств в
сільській місцевості (2014р.)**

Показники	Од. виміру	Всього по Україні	<u>у тому числі</u> в сільській місцевості	Відхи- лення
1. Забезпеченість населення: - об'єктами торгівлі - торговельними площами магазинів	на 10000 жителів од. кв.м	12 1806	8 552	-4 од. -3,3р.
2. Роздрібний товарооборот за рік - на один магазин - на 1 кв.м торговельної площі	тис.грн.	8836 56,5	3398 (2) 51,5	-2,6р -5%
3. Роздрібний товарооборот на одну особу	тис.грн.	10,1	2,8	-3,6р.
4. Структура товарообороту: - продтовари - непродтовари	%	41 59	86,6 13,4	х х
5. Споживчі витрати на одну особу (за рік) (1) - на придбання продтоварів - на придбання непродтоварів	тис.грн.	15,4 8,8 4,0	12,1 6,9 3,8	-1,3р. -1,3р. -1,1р.
6. Частка товарообороту організо- ваної торгівлі в споживчих витратах (у розрахунку на одну особу)	%	65,6	23,1	-2,8р.

Примітка. 1. Обстеження домогосподарств України (статзбірник)

2. Середньорічний товарооборот на один магазин кооперативної торгівлі дорівнює 822 тис.грн.

Розраховано за даними Держслужби статистики України; Укоопспілки; Мінекономіки і торгівлі.

З усією очевидністю можна констатувати, що рівень використання матеріально-технічного потенціалу СТОСМ низький за всіма аспектами. Так, за даними табл. 2.10, забезпеченість населення торговельними площами

виявилася у 3,3 рази нижче середнього по Україні рівня. Цей показник відхиляється суттєво і від нормативу – приблизно у 5 разів.

Товарооборот на одну особу також низький – всього 2,8 тис. грн. в рік, при тому, що споживчі витрати сільського населення на придбання товарів складають 12,1 тис. грн. Розрив у 4,3 рази вказує на значну міграцію покупок сільських жителів в містах. В сільській торгівлі деформована структура товарообороту у наслідку зосередження переважно продажу продтоварів. Техніко-економічні показники використання роздрібної мережі також низькі. Так, роздрібний товарооборот на один магазин в сільській місцевості поступається аналогічному середньому показнику в Україні у 2,6 рази.

Таким чином, матеріально-технічний потенціал сільської торгівлі суттєво відстає у своєму техніко-економічному та технологічному розвитку від масштабних завдань забезпечення потреб сільського населення в товарах. Крім того, слід визнати надмірно низький рівень використання матеріально-технічного потенціалу торгівлі на селі.

Відповідно виникає необхідність модернізації матеріально-технічного потенціалу сільської торгівлі, його якісного оновлення, впровадження сучасних механізмів активізації функцій такого потенціалу та підвищення взаємодії з іншими видами потенціалів, насамперед, організаційно-управлінським.

Організаційно-управлінський персонал – категорія досить складна, яка теоретично маловивчена. Сучасні дослідники – Ансофф І., Гудзинський О., Мартусенко І., Мільнер Б. розглядають його сутність головним чином, як сформовану можливість організаційних складових, а також їх функціональну взаємодію, спрямовану на забезпечення ефективної діяльності економічних систем. На наш погляд функцію організаційно-управлінського потенціалу не можна звузити до внутрішньої взаємодії. Вона ширше і полягає у тому, щоб привести у відповідності з обраною стратегією всі взаємопов'язані і взаємообумовлені ресурси системи.

З таких позицій організаційно-управлінський потенціал сільської торгівлі являє можливість організаційних та управлінських ресурсів в процесі взаємодії з іншими видами потенціалів забезпечити стійкий розвиток і реалізацію базових функцій торгівлі. Структура цього потенціалу складається з ресурсів, взаємозв'язків, засобів і механізмів впливу, координації та управління. В межах даного дослідження особливий інтерес представляє аналіз стану організаційно-управлінського потенціалу і ефективність його дії на основні аспекти діяльності сільської торгівлі (рис. 2.8).

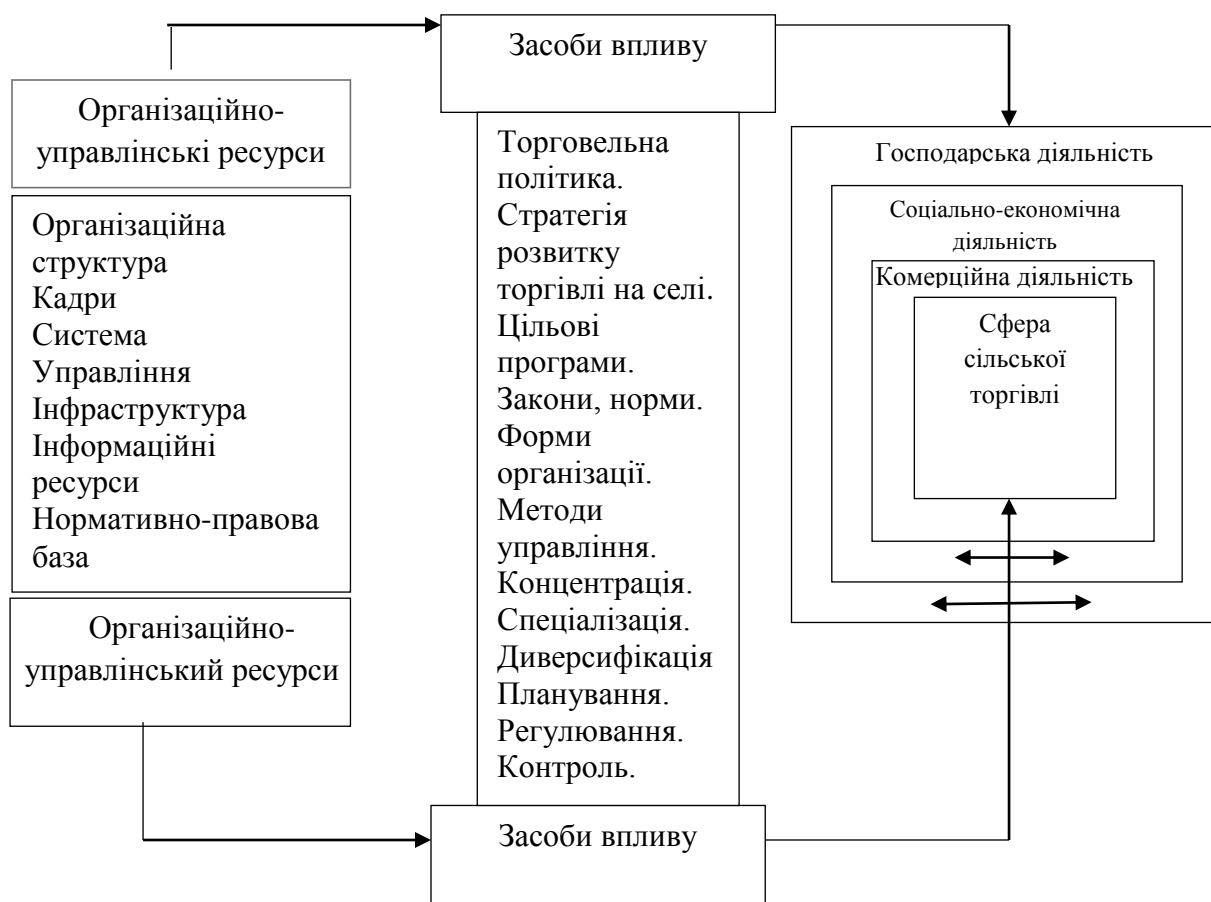


Рис.2.6. Вплив організаційно-управлінських ресурсів на розвиток і діяльність сільської торгівлі (розробка автора)

З рис. 2.6 видно, що організаційно-управлінські ресурси впливають на основні види діяльності сільської торгівлі крізь різноманіття форм, методів, засобів, механізмів, причому такий вплив відбувається суттєво безперервно.

Розглянемо більш детально стан організаційно-управлінських ресурсів з тим, щоб оцінити їх можливості впливу. Організаційну структуру можна вважати ключовим ресурсом сільської торгівлі як господарської системи. Вона включає:

- підсистеми – організаційні, функціональні, територіальні;
- організаційну побудову – організаційні моделі, організаційні об'єкти, підрозділи, об'єднання, організації;

У сільській торгівлі функціонують дві організаційні підсистеми: фізичні особи – підприємці та відомчі сектора торгівлі. Перша підсистема найбільш багаточисельна. Вона займає 2/3 в об'єктах торгівлі і не менше 50% в товарообороті і носить неорганізований характер. Друга підсистема має відомчий характер і об'єднує торговельні структури споживчої кооперації, агрофірми сільгосппідприємств, інших неторгових відомств, які формують організований сектор сільської торгівлі. Отже, в сільській місцевості паралельно функціонують два сектори торгівлі: неорганізований і організований.

Така секторальна структура вимагає чіткої координації розвитку і функціонування торгівлі на селі, цільового скерування її діяльності. Проте, досягти надійної координації надзвичайно складно.

По-перше, неорганізований сектор неоднорідний, суттєво "розпилений" і частково тіньовий. По-друге, цей сектор некерований. Його приведення до керованого русла можливо шляхом створення ефективної правової бази з врахуванням його специфіки. Крім того, важливо створити різні об'єднання фізичних осіб-підприємців на селі – товариства, союзи, ліги для економіко-правового захисту торговельного бізнесу і скоординованих сумісних організаційних дій.

Організований сектор більш структурований, разом з тим тут переважають внутрішньовідомчі інтереси. Тому крім нормативно-правової бази потрібно також впроваджувати ефективну торговельну політику.

Організаційна підсистема торгівлі на селі тісно пов'язана з функціональною підсистемою, яка проявляється у поділі об'єктів торгівлі за видами і підвидами діяльності. В сільській місцевості функціональна підсистема торгівлі не складна. Вона охоплює торгівлю продтоварами, торгівлю непродтоварами, ресторанне господарство, торгівлю медичними препаратами і торгівлю паливно-мастильними матеріалами. Про масштаби функціональної підсистеми уявлення можна отримати з рис. 2.7.



Рис. 2.7. Функціональна структура об'єктів торгівлі в організованому секторі на селі (Розраховано за даними Держслужби статистики України; Укоопспілки; Мінекономіки і торгівлі. 2014р.)

Функціональна підсистема, за нашими розрахунками, об'єднує більше 56,6 тис. об'єктів. Як видно з рис. 2.9, більше 2/3 об'єктів приходить на магазини з торгівлі продтоварами.

Третя підсистема в організаційній структурі – територіально-регіональна. Вона відрізняється суттєвою строкатістю. Якщо у Вінницькій, Житомирській, Київській, Чернігівській областях на 10 тис. сільських жителів приходить 15-19 об'єктів торгівлі, то в Луганській, Івано-

Франківській, Чернігівській 6-8 об'єктів. Розрив між крайніми значеннями забезпеченості торговельними площами також значний – 6, 6 рази.

В цілому організаційна структура сільської торгівлі з точки зору ресурсу характеризується, як конгломерат розрізнених і маловпорядкованих елементів, що функціонують автономно без належної координації і узгодженості.

Наступний ресурс організаційно-управлінського потенціалу – це кадри. Кадровий склад в сільській торгівлі сформувався, головним чином, в процесі її демонополізації під впливом ринкових чинників, причому безсистемно. За виключенням споживчої кооперації, де управлінський персонал відрізняється високою професійною кваліфікацією в інших секторах торгівлі якісний склад кадрів проблематичний. Основна частина фізичних осіб-підприємців не мають базової професійної освіти, належної кваліфікації і досвіду роботи. Ця категорія склалася під впливом безробіття на селі, тому професійно різнорідна: сільськогосподарські працівники, вчителі, військовослужбовці, державні посадовці, випускники непрофільних навчальних закладів та інші.

В організованому секторі сільської торгівлі ситуація аналогічна і лише в споживчій кооперації частка працівників з повною та базовою вищою освітою складна у 2013 році близько 24% у загальній кількості працюючих.

У всіх секторах сільської торгівлі спостерігається тенденція скорочення кадрів у наслідку звуження масштабів торговельної діяльності. деградації кооперативної торгівлі та концентрації торгівлі в райцентрах і містах.

Важливим ресурсом організаційно-управлінського потенціалу слід вважати власне систему управління, яка включає апарат управління, організацію управління, форми і методи управління, управлінські засоби та інструменти, механізми управління.

Цілісної системи управління в сільській торгівлі ще не має, вона тільки формується. Для такої системи нині характерно спрощений апарат з універсальними функціями. Так підприємець (власник торговельного об'єкта) одночасно є керівником підприємства з розпорядними і

виконавчими функціями. Методи управління також обмежені: поточне планування, оперативне регулювання, постійний контроль, спрощений режим оподаткування.

В сільській торгівлі не використовується стратегічне управління, слабо стимулюється інноваційний розвиток, не підключено мотиваційні механізми, не практикується бізнес-планування.

Структура управління кооперативної торгівлі поступово руйнується у зв'язку з деконцентрацією торговельної діяльності, переходом на створення малих кооперативів замість споживчих товариств. У 2013 р. таких формувань нарахувалося у Полтавській обл. 148 од., Хмельницькій – 168 од., Вінницькій – понад 490 од.

Враховуючи соціальну значимість сільської торгівлі, а також економічну роль важливо органічно поєднати ринкові методи з державними методами управління і регулювання, включати її розвиток до державних комплексних і регіональних програм, стратегій, концепцій довготривалого розвитку; генеральних планів розбудови сільських населених пунктів і розвитку сільських територій.

Особливе значення для реалізації організаційно-управлінського потенціалу має нормативно-правова база регулювання торгівлі, яка містить закони, постанови КМУ, укази президента, нормативні акти, правила, норми, обмеження, договори та інші документи.

Основні засади розвитку і функціонування торгівлі регулюються Цивільним кодексом України (2004р.), Господарським кодексом України (2004р.), Законом України "Про захист прав споживачів" (2011р.), Законом України "Про споживчу кооперацію" (1991 р.). Зауважимо, що перераховані закони спроможні регулювати лише загальні принципи торгівлі або одиничні аспекти торговельної діяльності. оскільки вони не володіють силою прямої дії. В той же час ринковий закон "Про внутрішню торгівлю" в Україні відсутній, хоча його необхідність очевидна. Відсутній також закон про

принципово нові форми торгівлі, наприклад, віртуальну торгівлю на базі електронних комунікацій.

У Постановах КМУ: Концепція розвитку внутрішньої торгівлі (1997р.), Програма розвитку внутрішньої торгівлі до 2012р., Державна цільова Програма розвитку українського села на період до 2015р., Державна цільова програма сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року пріоритети розвитку сільської торгівлі по-суті не визначені. Відсутнє в цих документах програмні положення розвитку торгівлі на селі, інвестиції, інфраструктурне забезпечення.

Різноманіття правил торгівлі роботи магазинів, техніко-економічні нормативи, санітарні норми, стандарти термінів у більшості суттєво застарі і, крім того, спрямовані переважно на регулювання міської торгівлі.

Таким чином, існуюча правова база торгівлі фрагментарна, застаріла і недостатня для ефективного регулювання сучасного розвитку і повноцінного функціонування торгівлі на селі. Тому вона вимагає оновлення, вдосконалення і прийняття вкрай необхідного Закону України "Про внутрішню торгівлю".

В цілому можна констатувати, що сучасний стан сукупного потенціалу сільської торгівлі є досить проблематичним. Він слаборозвинутий, структурно деформований і у значній мірі фрагментарний. Разом з тим, на фоні виробничого аграрного потенціалу, соціально-економічного потенціалу села, демографічного, соціально-культурного потенціалу сільська торгівля відрізняється більш прогресивним потенціалом. Крім того, потенціал сільської торгівлі раціональний, він адаптований до умов і середовища сільського життя.

Тепер важливо визначити ефективність використання сукупного потенціалу сільської торгівлі, ступінь його реалізації в процесі виконання торгівлі своїх базових функцій. Таку оцінку доцільно здійснити крізь призму інтегральних показників: віддачі сукупних ресурсів, пропускну

спроможності об'єктів торгівлі, охоплення купівельних фондів населення, оборотності товарів, операційних витрат, рентабельності товарообороту.

Розглянемо спочатку віддачу сукупних ресурсів відносно товарообороту. Цей показник розраховується як співвідношення товарообороту на вартість активів і фонду заробітної плати. За нашими розрахунками необоротні активи складають 3667 млн. грн., а оборотні активи приблизно 3486 млн. грн. (додаток М, табл. М.1). Розрахунково фонд заробітної плати не перевищує 1200 млн. грн. виходячи з середньостатистичної чисельності працівників організованого сектору роздрібної торгівлі на селі близько 500 тис. осіб і фонду оплати праці на одного працівника 24,2 тис. грн. по орієнтирам споживчої кооперації. Таким чином у 2014 р. віддача сукупних ресурсів склала 4,9 грн. тобто кожна гривня вкладена в сукупні ресурси дозволила отримати близько 5 грн. обороту. Попутно зауважимо, що цей показник виявився дещо вище аналогічного показника роздрібної торгівлі України.

Наступний індикатор використання потенціалу торгівлі на селі – пропускна спроможність магазинів. Він вказує на оптимальну можливість обслуговування покупців сільською роздрібною мережею і залежить від наявності торговельних площ магазинів, асортиментного профілю, форм і методів продажу, рівня технологічного процесу. У вітчизняній торгівлі цей важливий показник по-суті не обстежується, оскільки надійна база для його визначення відсутня.

Нами зроблена спроба визначити пропускну спроможність шляхом співставлення торговельних площ і товарообороту відносно кількості жителів. Як відомо на селі постійне населення нараховує 13,3 млн. осіб або 31% населення країни. Товарооборот же в сільській місцевості - близько 37 млрд. грн. або 8,6% загальнонаціонального товарообороту, тобто розрив перевищує 10,6 рази. Аналогічна асиметрія виявляється при порівняльному аналізі торговельних площ. У той же час демографічні пропорції вказують на те, що розрив не повинен перевищувати 3,2 рази.

Важливим соціально-економічним показником використання потенціалу сільської торгівлі слід вважати ступінь охоплення торгівлею купівельних фондів населення, тобто частини грошових доходів, яке призначено для придбання товарів і послуг. По-суті їх можна дорівняти до наявних доходів. За нашими розрахунками наявні доходи у розрахунку на одну сільську людину в 2014р. склали 18,7 тис. грн. в рік, а відповідний товарооборот організованого сектору сільської торгівлі 4,1 тис. грн. Отже, ступінь охоплення купівельних фондів складає лише 22%.

Якщо врахувати, що на селі функціонує паралельно мережа об'єктів торгівлі неорганізованого сектору, тобто фізичних осіб-підприємців, яка спроможна охопити таку ж частину купівельних фондів населення, що і організований сектор, то ступінь реалізації купівельних фондів на селі сумарно не перевищуватиме 44%.

Переважна частина (56%) припадає на міграцію покупок в містах і, крім того, на "тіньовий оборот".

Використання потенціалу сільської торгівлі доцільно проаналізувати також крізь призму витрат, які суттєво визначають ефективність реалізації сукупного потенціалу. За різними даними операційні витрати в роздрібній торгівлі складають 97,98 коп. на 1 грн. обороту. Структура операційних витрат досить стабільна: вартість товарів і послуг –87-90%, оплата праці – 1,5-1,7%, відрахування на соціальні заходи 0,6%, інші витрати 6,2-6,4%.

Таку структуру слід вважати деформованою, головним чином, з причини зростаючої частини вартості товарів. Як показує аналіз, така вартість щорічно зростає на 15-20%, причому переважно за рахунок цінового компоненту. Саме вартісне (а не фізичне) зростання товарообороту блокує процес оптимізації витрат через обмеження роздрібної ціни.

Найбільш об'єктивно рівень ефективності використання потенціалу роздрібної торгівлі на селі виражає рентабельність товарообороту.

В роздрібній торгівлі країни рівень операційної рентабельності коливається залежно від соціально-економічної ситуації в межах (1,6 - 8,5%).

В сільській торгівлі можна орієнтуватись на відповідний рівень рентабельності кооперативної торгівлі.

У 2014 р. підприємства кооперативної торгівлі отримали прибутку у сумі 120,9 млн. грн. притому, що через роздрібну

мережу було продано товарів на 4,6 млрд. грн. Відповідно рівень рентабельності товарообороту склав 2,6%.

Попередній аналіз дозволяє звести основні показники реалізації сукупного потенціалу сільської торгівлі (додаток М, табл.М.1).

Розрахунки приведені в табл. М.1. показують, що показники ефективності реалізації потенціалу сільської торгівлі за виключенням ресурсовіддачі сукупних ресурсів не можуть бути охарактеризовані як позитивні. Особливу тривогу викликає ступінь охоплення купівельних фондів роздрібним товарооборотом – 22,0%, що вказує на суттєву міграцію покупок сільським населенням в містах. Підтвердженням цього слід вважати також суттєвий розрив між товарооборотом на одну особу на селі і в цілому по Україні – 3,6 рази. На критичній межі 2,6% опинилася рентабельність товарообороту у наслідку надмірних витрат в сільській торгівлі.

Таким чином, потенціал сільської торгівлі багатогранний за своїм ресурсним змістом і різноманітний за видами. На сучасному етапі він трансформується під впливом соціально-економічних чинників сільського розвитку. Ефективність реалізації сукупного потенціалу сільської торгівлі залишається низькою. У зв'язку з цим об'єктивно виникає необхідність активізації діяльності сільської торгівлі на засадах її модернізації та інвестиційно-інноваційного розвитку.

2.3. Територіальна та економічна доступність сільського населення до торговельних послуг

Забезпечення оптимальної доступності сільського населення до торговельних послуг є ключовим завданням СТОСМ і важливим критерієм

торговельної політики. Така доступність означає можливість сільського жителя задовольнити потреби в товарах і послугах з мінімальними витратами часу на придбання товару і за поміркованими (доступними) цінами.

Перша вимога орієнтує СТОСМ на оптимальне розташування об'єктів торгівлі в межах сільських територій і регіонів. Друга – обмежує торгівлю у необґрунтованому завищенні роздрібних з тим, щоб збалансувати їх з купівельною спроможністю сільського населення. Дотримання зазначених вимог має суттєве економічне і соціальне значення. Проте, різноманітність і різноякість торговельних підприємств, що функціонують на селі, асиметричний характер економічного розвитку регіонів та розшарування сільського населення за рівнем доходів зумовлюють певну диференціацію у рівні доступності сільського жителя до торговельних послуг. Визначення рівня і тенденцій розвитку такої диференціації актуалізується по мірі децентралізації, управління в регіонах і лібералізації торгівлі.

Отже, науковий аналіз повинен охоплювати такі аспекти:

- міжрегіональна диференціація забезпеченості сільського населення об'єктами торгівлі і торговельними площами;
- цінова збалансованість купівельноспроможного попиту сільського населення і товарообороту;
- структура споживання товарів та послуг сільським населенням в різних регіонах.

Попутно підлягають аналізу організаційні, технологічні, комерційні, маркетингові аспекти функціонування сільської торгівлі в регіонах. Почнемо з розгляду фізичної доступності сільського населення до торговельних послуг.

В Україні нараховується 28,3 тис. сільських населених пунктів, де проживає 13,3 млн. осіб або 31% населення країни. У 2014 році в сільській місцевості дислокувалося 8,8 тис. магазинів і 2,1 тис. об'єктів дрібнороздрібної мережі, які належали торговельним підприємствам. Проте, дислокація роздрібної мережі в сільській місцевості деформована, що

зумовлює суттєву регіональну диференціацію рівня забезпеченості сільського населення торговельними об'єктами та торговельними площами (додаток Н, табл. Н.1).

Дані табл. Н.1. свідчать про значну строкатість поселенської структури регіонів. Відповідно підходи щодо розташування об'єктів торгівлі на селі повинні враховувати цей важливий чинник. Проте, аналіз показує, що дислокація об'єктів торгівлі не слідує тим же закономірностям, що і поселенська структура.

В сільській місцевості проживає 31% населення України, притому у таких регіонах, як Вінницька, Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька частка сільського населення значно більша 45-50%, а в Дніпропетровській, Донецькій, Луганській, Харківській області – 10-20%.

В середньому людність одного населеного пункту складає 467 чоловік. при цьому крайні значення цього показника сягають: Закарпатська область 1368 осіб і Сумська область 243 осіб – різниця 5,6 рази. Забезпеченість об'єктами торгівлі в цих регіонах складають відповідно 5 і 9, а торговельними площами 357 кв. м і 546 кв. м на 10000 сільських жителів.

В цілому по Україні забезпеченість сільського населення об'єктами торгівлі коливається від 12 об'єктів на 10 тис. жителів (Чернігівська область) до 2 об'єктів (Харківська область) при середньому значенні цього показника 7 об'єктів. Така же ситуація з таким показником як забезпеченість населення торговельними площами.

При його середньому X значенні по Україні 552 кв. м на 10 тис. жителів у Київській, Чернігівській областях значно перевищує 1400 кв. м, а в шести регіонах (Донецька, Івано-Франківська, Луганська, Тернопільська, Херсонська, Чернівецька області) 136-236 кв. м.

Розрахунки показують, що в сільській місцевості один об'єкт торгівлі обслуговує 2,6 населених пункти (Донецька –5,8; Луганська –8,4; Харківська –7,6) і лише в Закарпатській області один об'єкт (магазин, кіоск)

обслуговує один населений пункт. Загалом це означає, що з 28,4 тис. сільських населених пунктів половина, а це 14,2 тис. поселень, не мають об'єктів організованого сектору роздрібної торгівлі. Така негативна ситуація характерна для малолюдних сільських населених пунктів, насамперед, Дніпропетровської, Донецької, Луганської, Одеської, Полтавської, Сумської, Харківської, Херсонської, Чернівецької областей.

Низький рівень забезпеченості сільського населення об'єктами торгівлі автоматично спричиняє зниження іншого нормативного показника – забезпеченість торговельними площами магазинів (рис. 2.18).

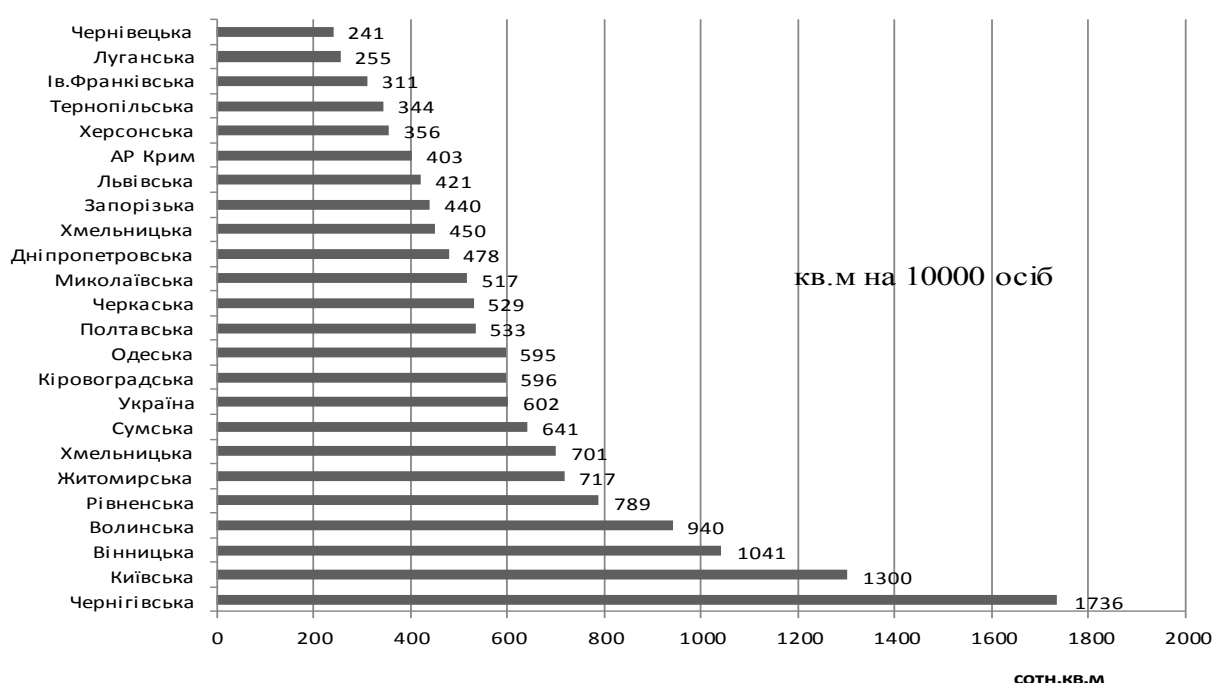


Рис.2.8. Забезпеченість сільського населення торговельними площами магазинів (розраховано автором за матеріалами Державної служби статистики України. 2014 р.)

З рис.2.8 видно, що міжрегіональна диференціація рівня забезпеченості сільського населення торговельними площами суттєва. Квінтільний коефіцієнт у 2013 р. сягав 4,3. Лише у 8 регіонах з 25 рівень забезпеченості торговельними площами сільського населення вище середнього значення показника по Україні.

Більш поглиблений аналіз показує, що рівень забезпеченості сільського населення об'єктами торгівлі і торговельними площами має тенденцію до скорочення (табл.2.15).

Таблиця 2.11

Динаміка забезпеченості сільського населення роздрібною мережею підприємств

Показники	Роки					2014/ 2000 %
	2000	2005	2010	2012	2014	
Кількість магазинів (тис.од.)	29,8	19,0	13,3	11,4	8,8	29,5
Кількість об'єктів дрібнороздрібної мережі (тис. од)	3,7	2,8	2,9	2,5	2,1	56,8
Забезпеченість сільського населення об'єктами торгівлі (об'єктів на 10000 населення)	21	14	11	10	8	38,1
Забезпеченість сільського населення торговельними площами (кв. м на 10000 населення)	1137	779	663	602	552	48,5
Норматив забезпеченості торговельними площами	-	2360	2620	3470	3470	x
Відхилення від нормативу (м ²)	-	-1581	-1957	-2868	-2918	x

Примітка. Розраховано за даними [116, 117].

Дані табл. 2.11 підтверджують стійку тенденцію скорочення об'єктів торгівлі і торговельних площ. Як результат рівень фактичної забезпеченості сільського населення торговельними площами відстає від нормативу у 6,3 рази.

В сільській торгівлі ускладнюється проблема фізичної доступності населення до торговельної мережі у зв'язку з тим, що торговельний бізнес пасивно розвивається в середніх за людністю населених пунктах і, по-суті,

залишає без торговельного обслуговування малі сільські поселення. Як зазначалося вище, причина полягає у тому, що торговельна діяльність у населених пунктах з чисельністю жителів до 200 осіб нерентабельна в принципі, а при нинішніх доходах сільського населення торговельна діяльність збиткова.

На сільського покупця така ситуація відображається негативно, тому що відбувається його віддалення від доступної торговельної мережі. Якщо малі населені пункти залишаються без торговельних об'єктів, то зоною притягіння для сільських споживачів виступають середні поселення, а відстань між ними і малими поселеннями складає 3-5 км. Проте, практика показує, що більшість покупок мігрують в райцентр. В такому випадку відстань збільшується до 10 км і більше.

Розрахунки показують, що з 11,4 тис. малих населених пунктів (до 200 жителів) 90% знаходиться на відстані більше 10 км від райцентру. Це означає, що для більше 6 млн. сільських жителів відстань до об'єкта торгівлі збільшиться з 1,5-2 км до 10-13 км. Якщо міграція покупок переключиться на середні поселення, то відстань складатиме 3-5 км. Більш цілісне уявлення про просторову поселенську структуру можна отримати з табл. 2.12.

Дані табл.2.12 показують, що середня відстань сільського населеного пункту від райцентру перевищує 10 км, а до адміністративного сільського центру 3-5 км. Відповідно пішохідна доступність сільського жителя до торговельних об'єктів суттєво ускладнена.

Весь попередній аналіз дає підстави для наступних узагальнень:

- територіально-регіональна дислокація роздрібної мережі підприємств в сільській місцевості відбувається деформовано і безсистемно;
- регіональна диференціація забезпеченості сільського населення об'єктами торгівлі і торговельними площами магазинів суттєва;
- спостерігається стійка негативна тенденція скорочення роздрібної мережі у всіх регіонах;

Таблиця 2.12

Територіальна дислокація сільських населених пунктів

(2014р.)

Відстань до км:	Людність населених						
	49 і менше	50-99	100-99	200-209	300-444	500-999	1000 і більше
1. Райцентру							
- 3 км	30	19	25	29	48	75	87
· 3-5 км	54	44	82	67	97	125	153
· 5-10	313	236	369	282	411	681	542
10 км	4287	2508	3435	2429	3562	4226	2750
2. Сільради							
- 3 км	582	458	644	454	459	342	91
· 3-5 км	1322	820	1153	686	694	445	109
· 5-10	2030	1082	1446	770	715	447	85
10 км	743	415	420	223	218	118	22

Примітка. За даними Держслужби статистики України

За нашими підрахунками в половині сільських населених пунктів України відсутні об'єкти організованого сектору роздрібної торгівлі, що суттєво ускладнює доступ сільських жителів до якісних торговельних послуг.

Тепер важливо розглянути інший аспект доступності сільського населення до торговельних послуг – економічний. Конкретно йдеться про відповідність цінової політики і сімейних бюджетів сільського населення.

Цінова політика в сфері торгівлі формується залежно від кон'юнктури сільського ринку і витрат обертання. Цілеспрямоване регулювання цін з врахуванням соціального стану сільського населення державні органи здійснюють лише за 10-12 найменувань товарів, головним чином, ситуативно. Як результат ціни в торгівлі мають стійку тенденцію до зростання. Починаючи з 2000 р. (відносно стабільного економічного періоду) тільки у 2012 р. індекс споживчих цін опустився до позначки 100,6% до попереднього року. За цей період споживчі ціни щорічно зростали у середньому на 12,3%.

Зростання цін характерно для всіх груп товарів і у всіх регіонах країни. Так за 2000-2014 роки в середньому індекси цін зростали: продукти харчування –14,0%; одяг та взуття – 3,0%; предмети домашнього вжитку, побутова техніка –5,8%. Особливо значне зростання цін відбулося у кризові 2008-2009 роки, де товари першої необхідності зазнали найбільший стрибок цін: хліб і хлібопродукти – 133,3; м'ясо та м'ясопродукти 139,4%; молоко, сир та яйця –131,2%, олія та жири – 155,8%, фрукти – 167,5.

Таблиця 2.13

Динаміка індексів споживчих цін в регіонах України

Регіони	У відсотках до попереднього року			
	2005	2010	2013	2014
Україна	113,5	109,4	100,5	124,9
Автономна республіка Крим	113,2	110,7	99,5	-
Вінницька	112,7	108,0	99,7	123,3
Волинська	112,5	108,0	99,7	125,9
Дніпропетровська	112,0	109,8	100,4	125,7
Донецька	115,2	109,9	101,3	122,0
Житомирська	115,4	109,3	99,4	125,2
Закарпатська	112,3	109,0	99,7	125,7
Запорізька	115,3	108,3	100,3	125,7
Івано-Франківська	111,6	108,3	100,0	125,0
Київська	114,3	108,2	99,9	124,7
Кіровоградська	115,0	109,4	100,1	124,4
Луганська	114,3	109,9	101,3	125,2
Львівська	111,6	110,5	100,2	126,7
Миколаївська	113,4	110,0	100,7	124,9
Одеська	111,4	111,2	100,9	127,2
Полтавська	116,1	109,2	99,6	123,8
Рівненська	114,4	108,5	99,3	127,0
Сумська	115,9	109,1	99,5	124,7
Тернопільська	110,8	108,1	99,2	125,4
Харківська	113,2	109,5	99,6	125,3
Херсонська	113,6	108,8	100,5	124,1
Хмельницька	113,3	110,0	100,0	123,7
Черкаська	114,8	108,9	100,3	124,2
Чернівецька	112,4	108,1	99,9	123,5
Чернігівська	114,1	108,9	99,4	126,7

Примітка. Джерело: Індекси споживчих цін (статзбірник) Державна служба статистики України, К., 2005-2015 рр.

У розрізі регіонів також спостерігається зростання індексів споживчих цін (табл.2.13).

Дані табл.2.13 показують, що зростання індексів споживчих цін в регіонах відбувається синхронно, але без суттєвої диференціації. Різниця між крайніми значеннями зростання за регіонами не перевищує 5%.

Тепер важливо проаналізувати як узгоджуються процеси зростання цін з доходами населення, як основи купівельних фондів.

За даними сімейних бюджетів грошові доходи сільського населення критично малі. У 2014 р. вони склали 1680 грн. на одну особу в місяць в еквівалентному розмірі. Структура джерел формування грошових доходів нестабільна і деформована. Оплата праці у сільських домогосподарствах формувала лише 34,4% доходів, а пенсії 25,4% (рис.2.9).

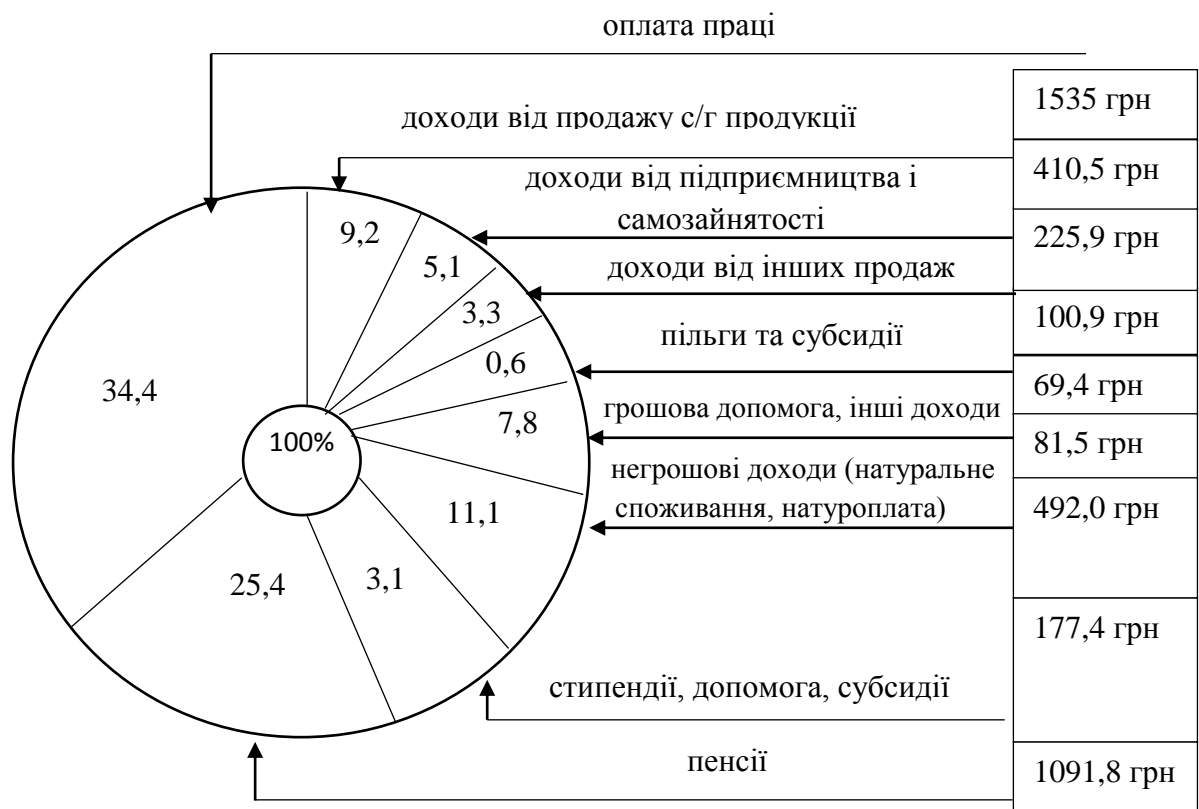


Рис.2.9. Структура доходів домогосподарств у сільській місцевості (розраховано автором за матеріалами Державної служби статистики України)

В структурі джерел доходів, критично малу частку займає оплата праці, а також доходи від підприємницької діяльності – 225,9 грн. в місяць, реалізації власної сільськогосподарської продукції – 410,5 грн. і здачі в оренду нерухомості (майна, землі) – 101 грн. Зауважимо, що селяни здають в оренду не менше 4 млн. га землі, а отримують доходи мізерні.

В процесі аналізу виявлено, що значна частина сільського населення мають доходи нижче вказаного середнього рівня 1680 грн. в місяць. Розшарування сільського населення за рівнем доходів показано в табл.2.14.

Таблиця 2.14

**Розподіл сільського населення за рівнем середньодушових
еквівалентних грошових доходів**

(2014 р.)

Середньодушові еквівалентні грошові доходи грн./м-ць	Сільське населення		Кумулятивна частка населення з доходами нижче:	
	тис.осіб	%	грн./м-ць	%
до 480	79,5	0,6	480	0,6
481-840	556,8	4,2	840	4,8
841-1200	2200,6	16,6	1200	21,4
1201-1500	3460,1	26,1	1560	47,5
1501-1920	2969,6	22,4	1920	69,9
1921-2280	1763,2	13,3	2280	83,2
2281-2640	941,2	7,1	2640	90,3
2641-3000	596,6	4,5	3000	94,8
3001-3360	265,1	2,0	3360	96,8
3361-3720	132,6	1,0	3270	97,8
понад 3720	291,7	2,2	X	100
Квінтільний коефіцієнт дивергенції	1,8			

Примітка. Розраховано автором за даними Державної служби статистики України [199].

Дані табл.2.14 вказують на диференціацію (за квінтільним коефіцієнтом) рівня середньодушового доходу в 1,8 рази. Така диференціація виражається у тому, що близько 60% сільського населення, а це 8 млн. осіб мають доходи нижче ніж середній рівень по Україні. Більш того, 20,2 %

(близько 3 млн). сільських жителів отримують доходи нижче прожиткового мінімуму.

Таким чином, судячи з рівня доходів купівельна спроможність сільських жителів вкрай низька. При цьому постійне зростання індексів цін на товари і послуги суттєво обмежує економічну доступність населення до торговельних послуг і деструктивно впливає на сільський ринок.

Сільський ринок не забезпечує потреби населення в продуктах харчування відповідно до соціальних стандартів і рекомендованих норм. Розрив між фактичним споживанням продуктів харчування і рекомендованими нормами за основними товарними позиціями тривалий період зберігається без особливих позитивних змін (табл.2.15).

Таблиця 2.15

Споживання продуктів харчування сільським населенням

(кг на одну особу в рік)

Продукти харчування	Науково-рекомендовані норми споживання	Роки			у тому числі із особистих господарств %	Відхилення від рекомендованих норм, %
		2000	2010	2014		
М'ясо і м'ясопродукти	83,0	38,4	50,4	44,4	32,9	71,8
Молоко і молочні продукти	380,0	246,0	235,2	178,8	46,3	61,0
Яйця (шт)	290,0	192,0	216,0	216,0	66,3	74,4
Риба і рибопродукти	20,0	13,2	20,4	19,2	1,6	100
Цукор	38,0	42,0	39,6	39,6	5,3	107,3
Олія та інші рослинні жири	13,0	19,2	21,6	20,4	-	161,5
Картопля	124,0	157,2	120,0	106,8	86,8	95,1
Овочі та баштанні	151,0	111,6	117,6	111,6	50,8	83,4
Ягоди, фрукти	90,0	22,8	27,6	40,8	33,5	34,4
Хліб і хлібопродукти	101,0	134,4	132,0	127,2	1,7	126,7

Примітка. Розраховано автором за даними Ресурси і витрати домогосподарств (статзбірник) за 2000-2014 рр. Державна служба статистики України, К., 2000-2015.

Як видно з табл.2.15, за такими групами як м'ясо і м'ясопродукти, молоко і молокопродукти відхилення від медично-рекомендованих норм

сягає 33-40%, по плодам і ягодам 65%. На високому рівні стабілізувалося натуральне споживання. Так, сільські жителі все більше задовольняють потреби в продуктах харчування за рахунок виробленої в підсобних господарствах продукції: м'яса – 33%, молока – 46%, яєць – 66%, картоплі – 86%, овочів – 51%.

Більш глибокий аналіз показує, що споживчий ринок малодоступний для значної частки населення не тільки у товарному, але й регіональному аспекті (табл.2.16).

Як показують дані табл.2.16, споживчі витрати населення сягають 90%, а у Львівській, Донецькій, Одеській областях 93-95%.

Аналіз приведених в таблиці даних дозволяє констатувати:

- економічна доступність населення до торговельних послуг обмежена низьким рівнем доходів. По-суті грошові доходи населення повністю "поглинаються" споживчими витратами. Більш того, за даними офіційної статистики спостерігається така парадоксальна ситуація, коли витрати населення перевищують рівень доходів. Так, у 2014р. наявний дохід на одну особу складав 23,9 тис.грн, а сукупні витрати 28,5 тис.грн, тобто перевищення останніх складає 119%. У розрізі окремих регіонів цей розрив ще більше: Волинська область – 127%, Закарпатська – 128%, Чернівецька – 131%, Харківська – 138%, Одеська – 154%;

- в структурі споживчих витрат надмірна частка припадає на продтовари – більше 55%, а в окремих регіонах (Львівська, Одеська, Херсонська область) значно більше. Попутно зауважимо, що в США, наприклад, ця частка не перевищує 13%;

- частка витрат на придбання непродтоварів в Україні критично низька 32-35%, причому цей рівень стабільно тримається останні десятиліття майже у всіх регіонах. Основна причина полягає у тому, що населення не має можливості знизити витрати на продукти харчування і переключити їх на непродтовари. З другого боку на ці витрати "тиснуть" зростаючі витрати на послуги;

Таблиця 2.16

Витрати населення України

(2014р.)

	Грошові витрати грн. на одну особу	Структура споживчих витрат, %			Неспоживчі витрати
		Продовольчі товари	Непрод- товари та послуги	Разом	
Україна	17669	55,6	34,4	90,0	10,0
Автономна рес- публіка Крим	-	-	-	-	-
Вінницька	15798	54,3	35,0	89,3	10,7
Волинська	16011	51,9	36,1	88,0	12,0
Дніпропет- ровська	15998	54,6	37,4	92,0	8,0
Донецька	15434	61,2	32,3	93,5	6,5
Житомирська	15217	56,0	32,3	88,3	11,7
Закарпатська	22984	46,0	40,0	86,0	14,0
Запорізька	19295	46,0	40,7	86,7	13,3
Івано-Франківська	17486	47,7	42,1	89,8	10,2
Київська	16828	59,7	33,6	93,3	6,7
Кіровоградська	15555	56,5	33,5	90,0	10,0
Луганська	15762	53,7	31,0	84,7	15,3
Львівська	20354	61,0	33,3	94,3	5,7
Миколаївська	19615	54,2	36,4	90,6	9,4
Одеська	18369	60,9	34,2	95,1	4,9
Полтавська	17455	53,6	37,7	91,3	8,7
Рівненська	16482	61,1	29,6	90,7	9,3
Сумська	16786	54,9	32,0	86,9	13,1
Тернопільська	18480	58,4	32,8	91,2	8,8
Харківська	18531	53,7	37,3	91,0	9,0
Херсонська	18083	62,5	32,2	94,7	5,3
Хмельницька	16062	60,6	29,2	89,8	10,2
Черкаська	18263	56,8	33,8	90,6	9,4
Чернівецька	21443	53,6	32,2	85,8	14,4
Чернігівська	17760	55,1	31,8	86,9	13,1

Примітка. Розраховано автором за даними Регіони України 2015 (статзбірник)
Державна служба статистики України, К., 2015 р.

- витрати на послуги, головним чином, комунальні, освітні, медичні постійно зростають, охоплюючи частину наявного доходу призначеного для придбання непродтоварів. В перспективі очікується що ця частка перевищуватиме 25%. Вже тепер у Чернігівській області, наприклад, вона складає 23%, при середньому рівні по Україні –16%;

- низький рівень доходів і непомірних витрат блокують розвиток неспоживчих витрат і, в першу чергу, купівлю акцій, заощадження, які за виключенням Запорізької та Чернігівської областей, не перевищують 3,4% в структурі грошових витрат. Таким чином, в Україні спостерігаються суттєві обмеження і ускладнення щодо доступності населення до торговельних послуг з двох причин. Перша, суттєва регіонально-територіальна диференціація забезпеченості населення об'єктами торгівлі і торговельними площами магазинів. Друга, низький рівень грошових доходів населення при постійному зростанні індексів споживчих цін та тарифів.

Наслідки такої ситуації мають негативний соціально-економічний, організаційний і регіонально-територіальний характер для розвитку торгівлі і забезпечення потреб населення в товарах і послугах.

Негативні наслідки виражаються, насамперед, у зниженні купівельної активності населення і сповільнення темпів зростання товарообороту.

Якщо у 2000-2006 роках темпи продажу товарів сільським жителям зберігали високі темпи – 126% в середньому за рік, то за 2010-2014 рр. вони сповільнилися до 121,5%. Різко скоротилася частка товарообороту сільської торгівлі з 11,6% (2000 р.) до 8,5% (2014р.) в обороті роздрібної торгівлі України.

В останні роки спостерігається надмірне накопичення товарних запасів в торгівлі з 32 днів обороту у 2005р. до 39 днів у 2014 р, тобто запаси зросли з 9,5 до 45,9 млрд. грн.

Сповільнення темпів товарообороту і зростання товарних запасів спостерігається найбільш виражено в регіонах з високою часткою сільського населення табл.2.17.

Дані табл.2.17 підтверджують відставання регіонів з високою часткою сільського населення в темпах зростання роздрібного товарообороту з відомих причин – обмеженої економічної та фізичної доступності споживачів до торговельних послуг.

Таким чином, територіальна диференціація забезпеченості сільського населення об'єктами торгівлі і низький рівень грошових доходів сільських жителів в умовах постійного зростання споживчих цін зумовлюють суттєві обмеження економічної та фізичної доступності населення до торговельних послуг.

Таблиця 2.17

**Динаміка розвитку товарообороту роздрібної торгівлі і змін
товарних запасів**

	Частка сільсь-кого насе-лення	Індекси фізичного обсягу роздрібного товарообороту (%)				Зміни товарних запасів (дні)		
		2000	2005	2010	2014	2005	2010	2014
Україна	31,1	108,1	123,4	110,1	90,0	32	37	39
Автономна республіка Крим	37,3	104,8	125,7	108,3	-	32	39	-
Вінницька	49,8	104,6	117,8	111,1	94,5	35	42	34
Волинська	47,9	134,1	118,1	108,7	91,3	31	34	31
Дніпропетровська	16,5	103,2	123,3	104,7	96,0	31	41	46
Донецька	9,4	108,4	124,5	114,7	60,5	35	32	49
Житомирська	41,6	111,6	115,4	107,7	98,0	30	32	28
Закарпатська	62,8	120,1	111,2	106,3	96,5	20	24	43
Запорізька	22,9	108,1	117,8	114,7	95,5	28	38	38
Івано- Франківська	56,6	109,2	121,8	103,7	99,4	44	31	34
Київська	38,2	98,4	115,3	109,6	93,9	31	37	27
Кіровоградська	37,7	116,8	115,0	110,6	97,5	29	31	31
Луганська	13,2	95,9	115,8	116,2	43,1	30	36	45
Львівська	39,4	113,3	120,0	101,7	98,9	26	31	37
Миколаївська	32,2	110,7	118,2	106,1	93,3	40	34	35
Одеська	33,1	109,7	123,5	108,7	90,8	34	44	46
Полтавська	38,6	107,0	115,7	107,8	92,6	29	36	44
Рівненська	52,2	126,6	113,9	102,8	100,7	31	37	37
Сумська	32,1	114,3	115,7	104,5	99,2	25	28	38
Тернопільська	55,9	112,9	118,3	102,6	100,0	23	41	38
Харківська	19,7	104,2	126,4	104,9	97,5	37	38	45
Херсонська	38,7	102,5	112,3	104,0	96,8	32	33	37
Хмельницька	44,5	104,7	116,5	105,9	94,1	30	32	45
Черкаська	43,6	105,1	107,9	112,9	94,8	28	32	34
Чернівецька	57,5	105,1	111,7	103,6	100,7	23	36	35
Чернігівська	46,5	104,0	110,1	105,6	97,9	41	25	33

Примітка. Розраховано автором за даними Роздрібна торгівля України (Статзбірник)

Держслужба статистики України К:2000÷2015рр.

Ця масштабна соціально-економічна проблема загострюється і поглиблює депресивність сільських районів. У зв'язку з цим стає об'єктивною необхідністю підвищення ефективності державної політики розвитку сільської торгівлі.

Висновки до розділу 2

1. В процесі дослідження встановлено, що сучасний стан розвитку СТОСМ характеризується високою динамікою товарообороту, товарним насиченням сільського ринку, структурними змінами в товарообороті, розширенням мережі об'єктів роздрібної торгівлі. З другого боку, негативні тенденції та явища проявляються у звуженні організованого сектору торгівлі, високій територіальній диференціації, забезпеченості населення торговельними площами, низькою купівельною спроможністю населення, високою часткою натурального споживання. В цілому на селі торгівля розвивається протирічно і безсистемно.

2. Характер розвитку торгівлі в сільській місцевості на сучасному етапі ідентифікований нами, як кількісне зростання, головним чином, за рахунок цінової компоненти. У зростанні товарообороту ціновий фактор сягає 60-65%. Як результат, фізичні індекси суттєво сповільнили своє зростання. Таким чином, торгівля на селі розвивається екстенсивним шляхом, на що вказує також низька віддача інвестицій в цій сфері відносно фізичного товарообороту.

3. Ключова сучасна тенденція в сфері системи торговельного обслуговування в сільській місцевості – це випереджальний розвиток неорганізованого сектору торгівлі, тобто фізичних осіб-підприємців відносно сектору юридичних осіб, який після незначної стабілізації у 2005-2010рр. почав суттєво звужуватися. Нині в товарообороті і кількості об'єктів торгівлі переважає неорганізований сектор. Таку тенденцію слід оцінити, як негативну, оскільки неорганізований сектор не сприймає інновацій, є неконкурентоспроможним, некерованим і слабо соціально-орієнтованим. В

роботі проаналізовано причини такої тенденції і запропоновані методичні підходи до розрахунку і оцінки частки неорганізованого сектору в сільському товарообороті, що дозволить отримати цілісне уявлення про масштаби і темпи розвитку торгівлі.

4. В дисертації визначена теоретична сутність потенціалу торгівлі як триєдина категорія, яка містить наявні ресурси (матеріально-технічні, фінансово-економічні, трудові), резерви (організаційні, управлінські, ресурсні), зв'язки, відносини і механізми взаємодії. Такий підхід дозволив виділити і всебічно проаналізувати економічний потенціал, соціальний потенціал, техніко-технологічний потенціал, організаційно-управлінський потенціал, комерційний потенціал.

5. Ефективність використання сукупного потенціалу сільської торгівлі маловивчено у теоретичному аспекті і неапробовано практикою. В роботі обгрунтовано і запропоновано здійснити оцінку ефективності крізь призму інтегральних показників: віддачу сукупних ресурсів, пропускну спроможність торговельної мережі, охоплення купівельних фондів населення, оборотності запасів товарів, операційних витрат і рентабельності товарообороту. Розрахунки показали на порівняно низьку ефективність використання потенціалу сільської торгівлі.

6. Асиметрія економічного розвитку регіонів і строкатість поселенської структури зумовлюють суттєву регіонально-територіальну диференціацію у рівнях доступності сільського населення до торговельних послуг. Фізична доступність перевищує у середньому 4,5 км, а економічна доступність – у 5-6 разів нижча, ніж у жителів міст.

Основні положення другого розділу дисертаційної роботи опубліковано у працях: [2, 6, 8, 11, 12].

РОЗДІЛ 3. СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ В СІЛЬСЬКІЙ МІСЦЕВОСТІ

3.1. Концептуальні засади і положення трансформації торгівлі в сільській місцевості

Соціально-економічні та суспільні перетворення, які відбуваються на сільських територіях докорінно змінюють середовище розвитку і функціонування сільської економіки, у тому числі, таку її важливу складову як торговельна сфера. Відповідно створюються об'єктивні умови для демонтажу існуючих малоефективних організаційних форм, структур, економічних механізмів і формування нової, сучасної моделі торгівлі на селі.

В сільській місцевості тривалий час монопольно функціонувала одна організаційна форма торгівлі – кооперативна торгівля. Її потужний та багатогранний потенціал забезпечував близько 100% товарообороту в сільській місцевості і не менш 2/3 матеріальних потреб сільських жителів. За роки перебудови національної економіки кооперативна торгівля зазнала глибоких негативних змін, які привели до значної її деградації. Так, в товарообороті сільської торгівлі (який складає нині близько 80 млрд. грн.) частка кооперативної торгівлі не перевищує 4%.

Таким чином, кооперативна модель торгівлі як домінуюча в сільській місцевості себе вичерпала, а на її зміну з'явилися фрагменти різних форм і структур, які не вписуються в цілісну модель або систему торгівлі. Така безсистемність породжує складні проблеми торговельного обслуговування сільського населення, реалізації сільгосппродукції та забезпечення потреб суб'єктів господарювання в товарах і послугах. Ключові проблеми на розв'язання яких повинно бути спрямований потенціал сільської торгівлі наступні:

- неструктурованість сільської торгівлі. Суть проблеми полягає у тому, що в сільській місцевості паралельно розвиваються два сектора торгівлі – організований і неорганізований, причому не узгоджено і протирічно. Організований сектор представлений малочисельними підприємствами приватних, відомчих і окремих фірм. Неорганізований сектор – набагато ширший. Він включає десятки тисяч об'єктів фізичних осіб, а також формальні і неформальні ринки. Така секторальна деформація суттєво стримує інноваційний розвиток сільської торгівлі, відповідно і рівень конкурентності;

- низька активність сільської торгівлі. Роздрібний товарооборот на одну особу в 2014 р. в сільській місцевості не перевищував 4,1 тис. грн., що складає лише 22% від рівня наявних доходів сільського населення. При цьому за даними обстеження домогосподарств сільський житель придбав товарів на 15,1 тис. грн. Отже різницю у 11 тис. грн. складає міграція покупок сільським населенням у містах, а також купівля в неорганізованому секторі торгівлі. Таким чином, проблема полягає у тому, що сільська торгівля лише частково забезпечує потреби населення в товарах, що слід вважати неналежне виконання торгівлею своєї основної функції;

- деформація асортименту товарів і послуг в сільській торгівлі. В асортименті сільської торгівлі тривалий період переважають продовольчі товари. Співвідношення продовольчих і непродовольчих товарів в структурі товарообороту встановилися 60:40% при тому, що ці співвідношення у загальнонаціональному обороті складають 40:60. По суті зі сільського товарообороту зникли теле-радіотовари, комп'ютерна техніка, спорттовари, культтовари, книги, значно скоротилися такі групи як одяг, взуття, трикотажні вироби. До мінімуму скоротилися послуги в сільській торгівлі. Оптимізація асортименту відповідно до обсягів і структури сільського попиту – проблема не тільки соціальна, але й економічна, оскільки пов'язана з переспеціалізацією роздрібної мережі, залученням дефіцитних оборотних коштів і комерційним ризиком.

- надмірна регіональна диференціація забезпеченості населення торговельними площами. В цілому забезпеченість сільського населення торговельними площами магазинів низька – 602 кв. м на 10 000 осіб, що у 3 рази нижче загальнонаціонального рівня і близько 5 разів нижче нормативу. При цьому, у регіональному розрізі спостерігається значна диференціація. Так в шести регіонах рівень забезпеченості не перевищує 400 кв.м на 10000 жителів села, в той же час в трьох регіонах цей рівень більше 1000 кв. м. Різниця між крайніми значеннями забезпеченості 241 кв.м (Чернівецька обл.) і 1736 кв. м (Чернігівська обл.) складає 7,2 раза. Ще більш гостра проблема з забезпеченістю торговельними площами спостерігається у розрізі поселенської мережі. За даними обстеження сільських населених пунктів у близько 8 тис. од. відсутні торговельні об'єкти.

Така ситуація не забезпечує сільському населенню належну доступність до торговельних послуг.

- низька соціальна відповідальність торговельного бізнесу на селі. Вона виражається у тому, що незважаючи на низький рівень доходів сільського населення торгівля не сприяє стабілізації роздрібних цін. Темпи зростання товарообороту у фактичних цінах значно вище темпів у порівняльних цінах. Крім того, сільська торгівля не стало бар'єром проникнення на сільській ринок недоброякісних і небезпечних товарів. В асортименті сільських магазинів багато фальсифікованої продукції, низькоякісних товарів, продтоварів, які містять ГМО і різні небезпечні для життя людини добавки.

Зазначені проблеми слід вважати ключовими. Разом з тим зауважимо, у розвитку і функціонуванні сільської торгівлі існують й інші проблеми. Йдеться про такі проблеми як: відсутність логістичної системи у товарозабезпеченні магазинів, низький рівень технічного оснащення торговельних об'єктів, збитковість торговельної діяльності. Всі зазначені вище проблеми (ключові і похідні) зумовлені різними причинами. Серед них важливо виділити визначальні з тим, щоб обґрунтувати концептуальні положення розвитку торгівлі в сільській місцевості.

У попередніх підрозділах загальні причини достатньо глибоко проаналізовано. Тут лише приведено їх перелік:

а) соціальні причини:

- домінування малоефективної приватної форми власності;
- деградація сільських населених пунктів;
- зменшення чисельності сільського населення;
- негативні структурні демографічні зрушення.

б) соціально-економічні причини:

- згортання кооперативної торгівлі;
- монофункціональність сільської економіки;
- низька купівельна спроможність сільського населення;
- міграція покупок у містах;
- низьке інфраструктурне забезпечення;

в) інституціональні причини:

- відсутність ефективної програми розвитку сільських територій;
- відсутність торговельної політики;
- фрагментарна законодавчо-нормативна база;
- відсутність державної підтримки і захисту розвитку сільської торгівлі.

Складні проблеми і причини, що їх зумовлюють об'єктивно вимагають пошуку і обґрунтування концептуальних підходів їх вирішення.

Формування ефективної системи сільської торгівлі у контексті розвитку сільських територій може відбуватися у декілька варіантів.

Перший варіант – кооперативний розвиток. Суть кооперативного варіанту полягає у відновленні матеріально-технічної бази і функцій кооперативної торгівлі. На нових засадах кооперативна модель сільської торгівлі передбачає створення в сільській місцевості мережі невеликих споживчих кооперативів та їх об'єднання на демократичних кооперативних принципах без можливості централізації управління, яке привело до повної деградації існуючої системи споживчої кооперації. Крім магазинів, об'єктів харчування, прокатних пунктів така мережа включатиме також інші об'єкти з

надання послуг. Важливо підкреслити, що кооперативна модель стимулюватиме паралельний розвиток збутових, маркетингових кооперативів, а також кооперативів з матеріально-технічного забезпечення. В кооперативну модель вдало вписується й кредитна кооперація.

Кооперативний шлях не вимагає значних державних втрат коштів і матеріальних ресурсів, він характерний і зрозумілий для сільського населення і крім того, має достатню соціальну базу для перспективного розвитку. Разом з тим, кооперативна модель на початковому етапі вимагає значних інвестицій, які недоступні для пайовиків, пріоритетного інституціонального забезпечення, а головне, це пов'язано зі складним морально-психологічним процесом повернення довіри селян до кооперації.

Другий варіант – адаптивний еволюційний розвиток. Йдеться про адаптацію розвитку сільської торгівлі під еволюцію сільського розвитку при участі централізованих державних стратегій, програм, форм управління і регулювання. Такий підхід вимагає значних державних інвестиційних субсидій і дотацій. Він може законсервувати нерозвинутість сільської економіки, у тому числі, торгівлі, домінуючий стан приватного сектору з його низькою соціальною і економічною відповідальністю і малосприйнятливістю до інновацій і соціального прогресу.

Третій варіант – диверсифікація сільської економіки і торговельної сфери на селі. Суть диверсифікації полягає у конкурентному розвитку різних форм торгівлі, технологій і методів продажу, комбінуванні торговельної діяльності, інтеграції і кооперування торговельних підприємств. Реалізація цього варіанту можлива в умовах розвитку сільських територій, сільської економіки, соціальної інфраструктури раціонального використання локальних та регіональних ресурсів і можливостей на базі регіональних програм і стратегій тобто при децентралізованому державному управлінні економікою і соціальною сферою. Децентралізація управління, фінансово-економічна автономія територій, місцевих органів самоврядування дозволить суттєво активізувати підприємництво, стимулювати його розвиток,

оперативно реагувати на проблеми і деформації. Крім того, децентралізація зміцнить партнерські взаємовідносини держави і бізнесу на паритетних засадах. Враховуючи переваги і недоліки кожного з зазначених варіантів, зміни у внутрішній економічній політиці, зарубіжний досвід сільського розвитку зазначені варіанти найбільш доцільно використовувати у поєднанні, в залежності від середовища розвитку торгівлі при умові координації з боку органів державного управління.

Тепер важливо обґрунтувати принципи і концептуальні положення багатовекторної структурної моделі в умовах територіально-регіональної децентралізації управління.

Створення такої багатовекторної структурної моделі торгівлі в сільській місцевості повинно базуватися на низці принципів, з яких базовими слід вважати:

- багатоукладність. Принцип, який передбачає розвиток господарюючих суб'єктів в сфері торгівлі та їх мереж різних форм власності, а також організаційно-правового статусу;

- збалансованість розвитку за економічними та соціальними критеріями. Суть даного принципу полягає у тому, щоб не допускати перевагу економічної над соціальною функцією торгівлі;

- системність. Означає узгоджений розвиток торгівлі з іншими галузями сільської економіки, інфраструктурним забезпеченням, програмами, положеннями розвитку сільських територій.

- оптимальність. Принцип орієнтує сільську торгівлю на оптимальні масштаби і структуру діяльності, оптимальні розміри об'єктів торгівлі та їх територіальне розташування, оптимальний асортимент, запаси, економічні показники;

- соціально-економічна ефективність. За своєю сутністю принцип надзвичайно важливий для умов ринкових відносин, де абсолютна домінанта належить прибутку, принцип передбачає не тільки отримання високого прибутку, але й помітну соціальну орієнтацію торгівлі;

Реалізація зазначених принципів вимагає свободи торговельного підприємництва, інституціональне забезпечення і державний захист всіх форм торгівлі, ефективну державну політику сільського розвитку.

Із врахуванням всіх цих умов та основних засад структурна модель сільської торгівлі може бути представлена наступним чином: (рис. 3.1).

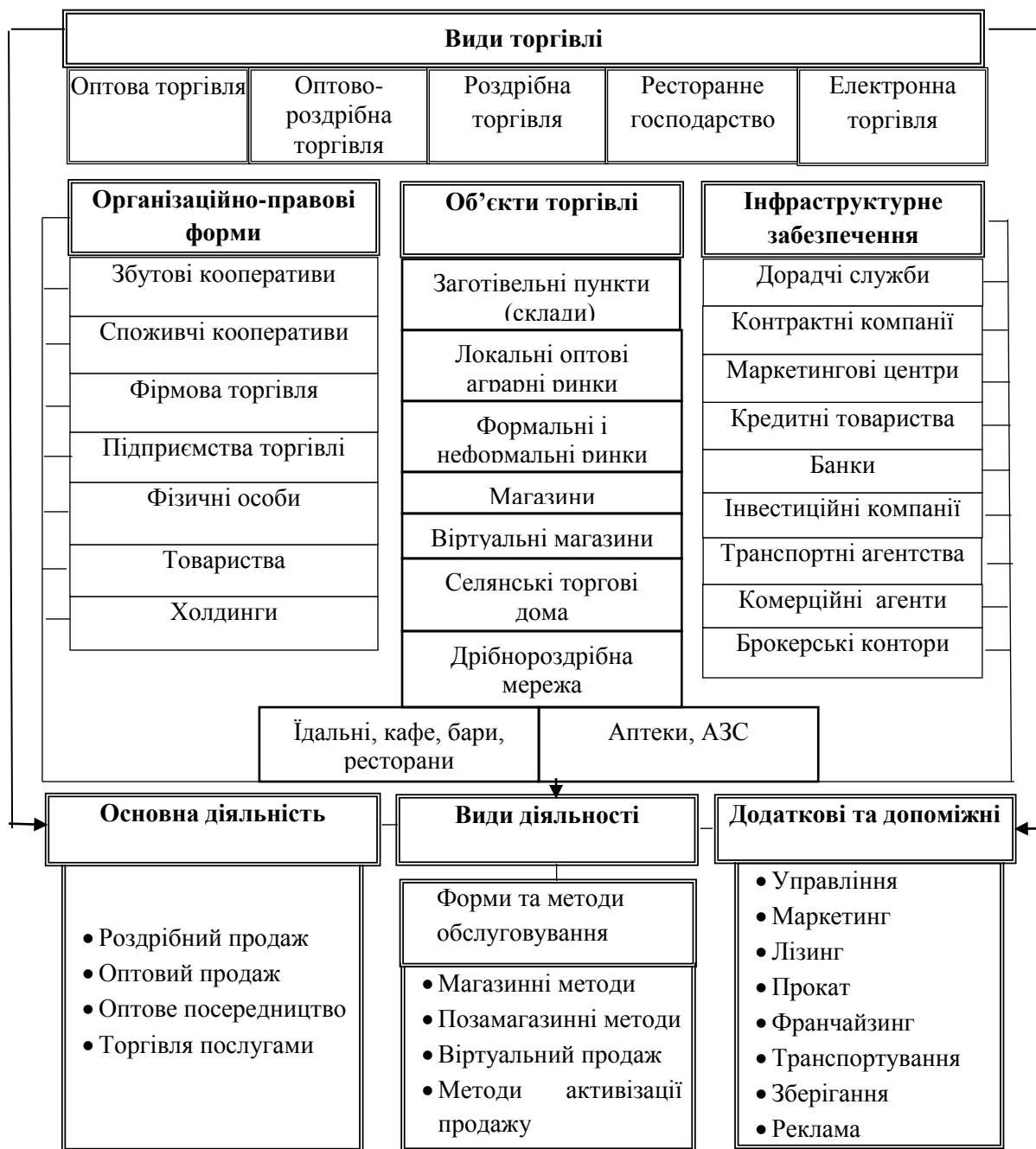


Рис.3.1. Концептуальна структурна модель сільської торгівлі (розробка автора)

Концептуальна модель включає декілька видів торгівлі, частина з яких традиційно розвиваються у сільській місцевості, а інші тільки формуються. Характерним для такої моделі є багатовекторність. Йдеться, насамперед, про розвиток збутової мережі об'єктів з дрібнооптового продажу сільськогосподарської продукції шляхом відновлення заготівельної діяльності споживчої кооперації та розвитку самостійних збутових кооперативів. Якщо мережа споживчої кооперації орієнтована на селянські господарства, то збутові кооперативи покликані залучати до товарообороту продукцію фермерських господарств і сільгосппідприємств.

Ставка на кооперативні форми у збутовій діяльності має низку переваг, головним з яких можна виділити наступні:

- кооперативна форма органічно поєднує особисті, колективні і суспільні інтереси;
- кооперація для села має історичні коріння, її сутність, зміст і характер зрозумілі сільському товаровиробнику;
- перевагою кооперації є демократична система управління і контролю;
- кооперативна форма не вимагає суттєвих витрат і державних інвестицій.

В структурній моделі торгівлі важливе місце належить роздрібній і дрібнороздрібній торгівлі, яка вже тепер виконує складні соціально-економічні функції. В перспективі роздрібна торгівля стане домінуючою. Вона суттєво розшириться за рахунок нових мереж дискаунтних магазинів, коопмаркетів, соціальних магазинів.

В процесі диверсифікації з'являються нові типи магазинів – комбіновані. Вони поєднуюватиме торговельну, заготівельну діяльність, надання послуг, харчування поза домом.

Завдання мережі роздрібної торгівлі на селі полягатиме у тому, щоб охопити не менш 60-65% купівельних фондів сільського населення і суттєво скоротити міграцію покупок в містах.

До сфери сільської торгівлі слід віднести також ресторанне господарство, яке включає їдальні, бари, буфети, кафе, ресторани, розважальні центри.

Відповідно до КВЕД ці об'єкти представляють окремий клас (Н - ресторанне господарство і готелі), проте на практиці їх діяльність має переважно торговельний характер. Органи статистики також відносять їх до сфери торгівлі.

В ресторанному господарстві на селі спостерігаються випереджаючий розвиток кафе, барів, буфетів. Забезпеченість сільського населення об'єктами ресторанного господарства складає 5 об'єктів на 10 тис. жителів тобто такий же рівень, що і в містах.

Особливе значення для сільської торгівлі має розвиток принципово нових видів торгівлі. До них слід віднести електронну торгівлю, яка заснована на електронних комунікаціях та комп'ютерних технологіях. Віртуальна торгівля не має адміністративних кордонів і бар'єрів. Вже тепер вона охоплює широкий асортимент товарів, продукції, послуг і практично доступна для села, оскільки інтерес до неї стає все більшим.

Всі зазначені форми і види торгівлі можуть успішно розвиватися в межах сільських територій при умовах вирішення відповідних завдань, які зумовлюють соціальний, економічний, організаційний та техніко-технологічний розвиток торгівлі на селі.

Створення сприятливих умов для розвитку торгівлі в сільській місцевості, у першу чергу, залежить від вирішення складних соціально-економічних та соціально-демографічних завдань, серед яких ключовими є:

- призупинення деградації сільських населених пунктів і оптимізація поселенської структури;
- призупинення відтоку сільського населення, стабілізація його кількості та покращення якісної структури;

– підвищення рівня доходів сільського населення та забезпечення їх стабільності.

В Україні нараховується 27,4 тис. населених пунктів, де проживає 14,1 млн. осіб, тобто третина населення країни. Організація торговельного обслуговування такого широкого контингенту покупців вимагає врахування специфічних умов та особливостей сільського розселення.

У поселенській структурі переважають малі населені пункти. Так, кількість населених пунктів з чисельністю населення до 200 жителів перевищує 11,4 тис. од., що складає 42,2% всіх сільських населених пунктів України. У деяких областях (Сумська, Харківська, Полтавська, Запорізька) ця частка сягає 45-50%. Організація торгівлі в таких населених пунктах економіки не вигідна, оскільки витрати не окупаються.

Суміжна група поселень (від 200 до 499 жителів) з точки зору торгівлі також проблематична, оскільки рентабельність товарообороту в них критично низька – 3-3,5%. Між тим, ця група займає близько 26% в загальній кількості населених пунктів.

Ситуація ускладнюється тим, що середня кількість населення зменшується. Якщо у 2000р. у середньому на один населений пункт приходилося близько 560 осіб, то нині цей показник не перевищує 497 чоловік. Зниження середньої кількості відображає загальну тенденцію скорочення чисельності сільського населення внаслідок депопуляції, трудової міграції та інших причин. За останні тридцять років (1985-2015pp.) чисельність сільського населення скоротилася на 3,5 млн. осіб.

З позицій розвитку торгівлі в сільській місцевості важливо проаналізувати ще одну загрозливу тенденцію – деградацію частин населених пунктів, які формують депресивні території. Методика визначення депресивних територій, прийнята в офіційних документах настільки протирічна і заплутана, що практично не працює. За такою методикою лише 23 райони, переважно в Чернігівській області, можна вважати депресивними.

В той же час за розрахунками сучасних дослідників не менше 75% сільських регіонів України фактично відносяться до депресивних і відсталих [8, с.32].

Таким чином, соціально-економічна база розвитку торгівлі на селі проблематична. Шляхи і способи розв'язання виниклих проблем містяться у різноманітних концепціях, стратегіях і Програмах розвитку сільських територій. Узагальнюючи їх можна визначити такі напрями зміцнення соціально-економічної бази розвитку сільської торгівлі (табл. 3.1).

Таблиця 3.1

**Концептуальні положення зміцнення соціально-економічної бази
розвитку сільської торгівлі**

Концептуальні положення	Зміст і спрямованість концептуальних положень
Створення сприятливих умов для проживання сільського населення	Розвиток житлового фонду, об'єктів соціальної інфраструктури, інженерних споруд, комунальних підприємств для побутового обслуговування населення, впровадження соціальних стандартів житлових умов і нормативів відповідно до європейських
Оптимізація сільських поселень та державна підтримка їх розвитку	Затвердження типології сільських поселень, припинення процесів їх поляризації (у розрізі приміських, напівпрофесійних і перефирійних) та деградації сільських районів. Зменшення кількості депресивних сільських територій.
Підвищення доходів і купівельної спроможності сільського населення	Розширення сфер праці на селі, подолання безробіття, зниження рівня бідності, підвищення натуральних і грошових доходів сільського населення, підвищення заробітної плати найманих працівників в аграрному секторі до середнього рівня в інших галузях.
Управління соціально-економічним розвитком сільських територій	Створення вертикальної системи управління (національної агенції сталого розвитку сільських територій та їх регіональних відділень) з надання статусу державних установ.

Примітка. Розробка автора

Основний зміст концептуальних положень щодо створення сприятливих умов для проживання сільського населення полягає у розширенні та якісному оновленні житлового фонду, а також покращенні інфраструктури і системи сервісу на селі.

Житловий фонд на селі представлений переважно індивідуальними будинками на правах приватної власності: з 5,1 млн. домогосподарств 92% мають індивідуальні будинки. Середній розмір житлової площі на одну особу складає 17,2 м², що на 12% більше середнього рівня забезпеченості по Україні.

Зауважимо, що житловий фонд на селі можна охарактеризувати як застарілий. Більше 70% будинків введено в експлуатацію до 1970 року. Крім того, по-суті відсутнє центральне водопостачання, опалення, каналізація. Лише 40% селян задоволені своїми житловими умовами.

Відповідно гостро стоїть житлова проблема на селі, особливо стосовно комфорту. Тому житлова політика повинна бути спрямована на якість оновлення житлового фонду, побутово-технічного оснащення і комунального обслуговування шляхом розробки спеціальної житлової програми, надання субсидій, пільгових кредитів, в першу чергу, молодим сім'ям.

У контексті створення сприятливих умов на сільських територіях повинно бути прийнято широкий комплекс заходів щодо розвитку соціальної інфраструктури: дошкільної, шкільної і професійної освіти, медичного обслуговування, розширення культурно-дозвільної мережі.

Успішна реалізація заходів, пов'язаних із соціальним відродженням села, пов'язана із значними інвестиціями. Тільки на утримання існуючих соціальних об'єктів потрібно не менше 30 млрд. грн. в рік. Фактично з бюджету виділяється 8,9 млрд. грн.

Важливим пріоритетом соціального розвитку сільських територій і, відповідно, активізації сільської торгівлі є підвищення доходів сільського населення. Основними напрямками зростання доходів сільського населення є суттєве підвищення рівня зайнятості, збільшення товарної продукції сільських господарств, активізація підприємницької діяльності, збільшення розмірів оплати праці найманих працівників в сільському господарстві до рівня зайнятих в інших видах економічної діяльності, тобто на 30-40%.

Підвищення рівня доходів сільського населення має велике соціальне значення, оскільки рівень бідності на селі суттєвий, відповідно купівельна спроможність жителів села низька.

Наступний аспект соціального розвитку сільських територій – це система управління. Складні процеси стратегічного розвитку соціально-демографічного, соціально-культурного і соціально-економічного аспектів сільських територій некеровані. Існуюча система управління розосереджена між чисельними міністерствами, відомствами, комітетами, інтереси яких не збігаються з інтересами територій, місцевих органів влади і сільських жителів.

Відсутність системи управління ускладнює реалізацію концепцій, стратегій, програм розвитку сільських територій, стримує формування централізованих фондів фінансування. Тому об'єктивно виникає необхідність обґрунтування цілісної вертикально оформленої системи управління стратегічним розвитком сільських територій.

Узагальнюючи концептуальні підходи, викладені в офіційних документах, і враховуючи вимоги ЄС до механізмів стратегічного управління, можна запропонувати наступну структурну модель управління стратегічним розвитком сільських територій (рис. 3.2).

Ідея створення вертикальної системи управління розвитком сільських територій з включенням до її структури державних і громадських органів в принципі правильна і актуальна.

Проте, вона входить у протиріччя з домінуючою нині теорією агроцентризму, де по-суті сільське господарство ототожнюється з селом. В офіційних документах останніх років це особливо чітко проглядається.

Стає очевидним, що у розвитку сільських територій потрібна нова парадигма, заснована на політиці сільського розвитку, відповідно до якого "забезпечується гармонійний соціоекономічний розвиток сільської місцевості на основі самоорганізації сільських громад з максимально

можливим використанням факторів ендегенного розвитку в їх поєднанні із зовнішніми можливостями.

Концептуально сільський розвиток передбачає багатофункціональність села. Йдеться про розвиток соціальних, економічних, виробничих, екологічних функцій села.

Підкреслимо, що в концепції поліфункціональності для сфери торгівлі особливе значення має реалізація економічних і виробничих функцій села (табл. 3.2).

Дані табл. 3.2 свідчать про визначальний вплив економічних та виробничих функцій села на масштаби і характер розвитку сільської торгівлі. Від ступені реалізації вказаних функцій залежить структура сільської торгівлі, глибина диверсифікації її діяльності, асортиментна, цінова, інвестиційно-інноваційна політика торгівлі, вдосконаленість інфраструктури аграрного ринку, ефективність механізмів міжгалузевого обміну у товарно-грошовій формі.

Слід особливо підкреслити, що соціоекономічна парадигма розвитку сільських територій вимагає значних витрат. Станом на 2010 рік розробники "Державної цільової програми сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року" визначили загальні витрати у сумі близько 520 млрд.грн., з яких – 179,3 млрд.грн. з державного бюджету, 18 млрд.грн. – з місцевих бюджетів і 322 млрд.грн. – з інших джерел. Нині із врахуванням рівня інфляції та суттєвих змін різних інтересів ця сума може перевищити 700 млрд.грн.

Крім фінансових ресурсів розвиток сільських територій потребує інституціональності організаційного забезпечення. Основними напрямками такого забезпечення є:

Таблиця 3.2

**Концептуальні положення розвитку сільської торгівлі у контексті
формування багатфункціональності села***

<i>Форми реалізації економічних і виробничих функцій села</i>	<i>Концептуальні положення розвитку сільської торгівлі</i>
Розширений і прискорений розвиток різноманітних видів економічної діяльності, не пов'язаний з сільсько-господарським виробництвом	<ul style="list-style-type: none"> - Розвиток торгівлі в умовах бага–тоукладності - Інтеграція торгівлі в системі еконо–мічних зв'язків сільських територій - Зростання ролі торгівлі в забезпеченні суб'єктів господарювання ресурсами
Активізація підприємницької діяльності в сільській місцевості	<ul style="list-style-type: none"> - Інтенсифікація конкурентного середо–вища функціонування торгівлі - Вдосконалення форм і методів конку–ренції - Інвестиційно-інноваційний розвиток торгівлі на селі
Розвиток аграрного сектору як першоджерело забезпечення соціально-економічного розвитку і функціонування сільських територій	<ul style="list-style-type: none"> - Зростання ролі торгівлі у матеріально-ресурсному забезпеченні сільського господарства і активізації збутової діяльності
Забезпечення збалансованого роз-витку галузей сільського госпо-дарства, обмеження надмірної монопродуктової орієнтації сіль-ськогосподарського виробництва	<ul style="list-style-type: none"> - Збільшення товарних агропродоволь–чих ресурсів - Залучення до товарообороту нових видів продукції, у тому числі органічного виробництва - Формування експортного потенціалу
Формування соціально-орієнто-ваних виробництв в аграрному секторі і галузі переробки сільгосппродукції, діяльність яких спрямована на селоутворення і соціально-економічний розвиток сільських територій	<ul style="list-style-type: none"> - Посилення соціальної функції торгівлі - Забезпечення економічної і фізичної доступності сільського населення до торговельних послуг - Формування інтегрованих і коопе–рованих господарських систем за участю торгівлі
Розширення агропродовольчого ринку і вдосконалення його структури та механізмів функціонування	<ul style="list-style-type: none"> - Розширення оптової і оптово-роздрібної інфраструктури аграрного ринку за рахунок обслуговуючих кооперативів, бірж, аукціонів, оптових аграрних ринків - Створення мережових систем в роздрібній торгівлі
Створення фінансово-економіч-них умов для підвищення економічної стійкості та конку-рентоспроможності сільської економіки	<ul style="list-style-type: none"> - Встановлення пріоритетності в міжгалузовому товарно-грошовому обміні - Вирівнювання умов господарювання суб'єктів сільських територій через економічні регулятори

Примітка. Розробка автора

- оптимізація поселенської мережі, покращення структури, обґрунтування типів, визначення рівня розвитку, припинення негативних тенденцій деградації сільських районів;

- розробка генеральних планів перспективного розвитку сільських поселень із визначенням місця і ролі інженерно-комунальної, комунікаційної, економічної, соціальної інфраструктури, у тому числі сільської торгівлі;

- паспортизація сільських поселень з детальною соціально-економічною, виробничою і інфраструктурною характеристикою сільського населеного пункту. Одночасно зауважимо, що у такому паспорті (судячи з форми №1 – село одноразового спостереження) соціальна сфера буде відображена всебічно;

- впровадження соціальних стандартів та нормативів рівня життя та їх гармонізація з офіційними актами регулювання в країнах ЄС;

- нормативне забезпечення системи регулювання аграрного ринку.

Інші напрями інституціонально-організаційного забезпечення передбачають вдосконалення тарифної, цінової, фінансово-кредитної політики, впровадження норм та нормативів науково-технічного і правового забезпечення.

Особливо актуальними є завдання створення правової бази регулювання соціально-економічних процесів на сільських територіях. Йдеться, насамперед, про розроблення і прийняття гармонізованих з вимогами ЄС законів України "Про розвиток сільських територій", "Про сільське господарство", "Про внутрішню торгівлю", нову редакцію законів "Про сільськогосподарську кооперацію" і "Про споживчу кооперацію".

Таким чином, в умовах розвитку якісно нових явищ і процесів в соціальній сфері села, набуття сільською економікою рис багатофункціональності реальною стає нова парадигма розвитку сільських територій, заснована на сучасній теорії сільського розвитку. Відповідно глибокі трансформації очікуються в сфері сільської торгівлі. Поступово

викристалізовуватиметься багатоукладна структурна модель сільської торгівлі, відбуватиметься її модернізація і диверсифікація торговельної діяльності.

3.2. Стратегічні пріоритети формування системи торговельного обслуговування у складі сільського ринку

Функціонування торгівлі як складової сільської економіки зумовлено об'єктивною необхідністю забезпечення зростаючих потреб населення, господарюючих суб'єктів і соціальних закладів в товарах і послугах. Крім того, через канали торгівлі реалізуються величезні обсяги аграрної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках. Відповідно торгівля тісно взаємодіє з соціальною, економічною і виробничою сферами на сільських територіях.

Сучасний стан розвитку торгівлі на селі характеризується позитивною динамікою товарообороту, товарним насиченням сільського ринку, структурними змінами в товарообороті, глибокою диверсифікацією торговельної діяльності, з одного боку, і не менш масштабними явищами негативного змісту – з іншого боку. Йдеться про суттєве звуження системи організованої торгівлі на селі, зменшення кількості об'єктів торгівлі в цьому секторі і низький рівень забезпеченості сільського населення торговельними площами, надмірну диференціацію економічного і фізичного доступу населення до торговельних послуг.

Таким чином, торгівля на селі розвивається протирічно і значною мірою безсистемно.

Узагальнені теоретичні положення та тенденції розвитку, розглянуті в дисертації, дають підстави стверджувати, що ключовими напрямками перспективного розвитку торгівлі у контексті сільського розвитку є наступні:

- формування багатоукладної сфери торговельного обслуговування в сільській місцевості;

- широкомасштабний розвиток роздрібної торгівлі і адаптація роздрібних мереж під вимоги теорії і практики сільського розвитку;
- вдосконалення аграрного ринку, прискорений розвиток дрібнооптової торгівлі в сфері збуту аграрної продукції;
- відродження системи масового харчування (ресторанного господарства) на селі;
- розвиток якісно нових форм і видів торгівлі в сільській місцевості;
- створення сучасних об'єктів інфраструктурного забезпечення функціонування торгівлі на селі;
- формування в сільській місцевості доступної і ефективної системи торговельного обслуговування.

Зазначені стратегічні напрями розвитку сільської торгівлі узгоджуються з офіційними концепціями і програмами розвитку сільських територій.

В концепції "Державної цільової програми сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року", схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 3.02.2010р. №121-р [49] , підкреслюється необхідність сприяння розвитку дрібнооптової торгівлі шляхом "...організації оптово-роздрібних ринків сільгосппродукції". Основні напрями забезпечення розвитку оптової інфраструктури аграрного ринку та стимулювання створення постачальницької, заготівельно-збутової інфраструктури на засадах кооперації, містяться в "Концепції розвитку сільських територій», схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 вересня 2015 р. № 995-р .

Серед пріоритетних напрямів досягнення цілей "Стратегії розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року", схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17.10.2013р. №806-р, особливо підкреслюється необхідність "...стимулювання споживчого попиту, моніторингу та прогнозування ринку сільгосппродукції".

В "Програмі розвитку внутрішньої торгівлі", затвердженій Постановою Кабінету Міністрів України від 24.06.2009р. №632, у переліку основних заходів вказано на обов'язкову "...розробку регіональних програм розвитку внутрішньої торгівлі, зокрема у сільській місцевості".

В сучасних теоретичних дослідженнях з проблем внутрішньої торгівлі також наголошується на актуальність розвитку викладених вище перспективних напрямів розвитку сільської торгівлі.

Таким чином, концептуально і теоретично сільська торгівля має перспективи розвитку за декількома основними напрямками. Багатовекторний розвиток відбуватиметься під впливом активних стратегічних сил, які представляють сукупність чинників, умов та масштабних процесів, які перетворюючи впливають на економічні системи, у тому числі внутрішню торгівлю. До активних стратегічних сил, що домінуватимуть у найближчій перспективі можна віднести:

– *соціоекономічна політика розвитку сільських територій*. Суть такої політики полягає у системному відродженні сільського сектора, узгоджена за всіма критеріями з аграрним розвитком. Важливою метою такого розвитку є формування багатоукладної і багатофункціональної економіки села, де торгівлі відводиться особлива роль;

– *інноваційна модель розвитку економічних систем*, регіонів, сільських територій, яка спрямована на нарощування інноваційного потенціалу, як основи конкурентоспроможності. В рамках такої моделі слід очікувати модернізацію сільської торгівлі, стимулювання впровадження нововведень, підвищення конкурентності торгівлі, культури та якості торговельного обслуговування;

– *державне управління* – характеризується суттєвим посиленням функцій державних органів у всіх сферах економічного і соціального життя села. Йдеться про посилення функцій координації, управління, державного регулювання, контролю і нагляду. Наслідком такого управління для торгівлі

буде її підтримка, захист і узгоджений розвиток з іншими галузями сільської економіки та соціальної сфери села;

– *прискорене становлення аграрного ринку* означає динамізацію товарно-грошових відносин, стимулювання товарного виробництва у всіх секторах аграрного виробництва, глибоке перетворення організаційної структури на базі кооперування, інтеграції і кластеризації. Все це приведе до посилення ролі торгівлі, як основного товаропровідного каналу і каталізатора створення сучасної інфраструктури аграрного ринку;

– *глобалізація товарних ринків* проявляється у нарощуванні товарного імпорту, стимулюванні експорту агропродовольчих ресурсів, інтеграції аграрного сектору в міжнародні зв'язки, експансії зарубіжного торговельного капіталу, інтернаціоналізації торгівлі.

Як видно з додатку Р, рис.Р.3, активні стратегічні сили багатоаспектні і багатовекторні. Їх вплив на сільську торгівлю матиме різну спрямованість.

Вплив і спрямованість активних стратегічних сил, характер і зміст перспективних напрямів розвитку сільської торгівлі дають можливість обґрунтувати стратегічні пріоритети на кожному з наведених напрямів.

На першому напрямі – формування багатоукладної сфери торгівлі у структурі сільської економіки можна виділити два ключових пріоритети:

– демонополізацію сільської торгівлі шляхом скорочення приватного сектору і відродження функцій споживчої кооперації;

– суттєве розширення підприємництва на селі як організаційної форми господарювання.

Домінування приватної форми власності в сільській торгівлі є наслідком невиправданої політики надмірної фетишизації цієї форми в умовах ринкових відносин. Кінцевий результат – витіснення торговельних об'єктів інших форм власності з сільського ринку і встановлення повної монополії приватної форми власності.

Зауважимо, що приватна форма власності має низку слабких сторін. Об'єкти торгівлі цієї форми малорозвинуті у техніко-технологічному аспекті,

оскільки на практиці виявилися малоактивними в інноваційному плані. До цього слід додати, що вони дрібні за своїми розмірами і малопотужні.

Доведено, що їх конкурентоспроможність (цінова, асортиментна, фінансова – економічна, технологічна) низька.

Об’єктивно виникає необхідність врівноваження приватного сектору сільської економіки, у тому числі торгівлі об’єктами інших форм власності. Йдеться, насамперед, про відродження функцій споживчої кооперації.

Споживчу кооперацію ми розглядаємо як господарську систему і соціальну організацію людей достатньо адаптованих до умов сільських територій. До основних переваг споживчої кооперації слід віднести:

- висока залежність споживчої кооперації від масштабів і темпів сільського розвитку;
- потенціал споживчої кооперації і спроможність відродити багатогалузеву структуру в сільській місцевості: кооперативну торгівлю, ресторанне господарство, заготівлі, переробку сільгосппродукції, надання послуг та інші види економічної діяльності;
- соціальна орієнтація господарської діяльності;
- демократичність управління кооперативним господарством;
- наявність соціальної бази розвитку кооперативного сектору на селі;
- мотивація і єдність особистих, колективних та суспільних інтересів.

Зазначені передумови складають міцну базу активізації діяльності споживчої кооперації для розширення сільської економіки.

Так, соціально-економічна база відродження споживчої кооперації в сільській місцевості досить широка: прошарок соціально слабо захищених людей суттєвий. Тільки категорія селян з доходами нижче прожиткового мінімуму складає 23-25%, а це не менше 3,3 млн. осіб. Переважна частина з них може стати пайовиками і об’єднатися у споживчі, виробничі, сервісні кооперативи для сумісної діяльності.

Одночасно зауважимо, що нині споживча кооперація нараховує не менше 220 тис. пайовиків, проте з них - 56% так званих асоційованих, тобто неповноправних членів кооперативів.

Другий момент – на селі збереглася частково матеріально-технічна база споживчої кооперації, більше 6,6 тис. магазинів, 1,2 тис. об'єктів ресторанного господарства. Крім того, функціонує певна кількість переробних виробників, заготівельних пунктів, об'єктів побутових послуг, ринків.

Особливо слід підкреслити, що споживча кооперація володіє потужним потенціалом професійних кадрів – більше 35 тис. осіб, з яких 55% з вищою освітою. При цьому розгалужена мережа кооперативних навчальних закладів в стані щорічно підготувати не менше 15-20 тис. магістрів, бакалаврів і молодших спеціалістів.

Як видно з рис.3.2. потенційні можливості споживчої кооперації у розширенні структури сільської економіки суттєві. Такі можливості можуть бути реалізовані у трьох напрямках: переробка сільгосппродукції і дистрибуція, торгівля, а також послуги.

Переробна галузь може бути відроджена на базі діючих виробників споживчої кооперації: виробництво овочевих і плодових консервів, соків, вин, мінеральної води, макаронів, хлібобулочних виробів. Крім того, широкі перспективи має споживча кооперація в організації заготівель і закупівель сільгосппродукції в підсобних і селянських господарствах, забезпеченні збуту такої продукції, її міжсезонного збереження.

Другий напрямок, який можна вважати ключовим, є торгівля. Йдеться про відродження у широких масштабах кооперативної торгівлі на базі існуючої мережі, а також створення нових об'єктів роздрібної, дрібно-роздрібної, дрібнооптової, оптово-роздрібної торгівлі та ресторанного господарства. Суттєвим резервом розширення роздрібної кооперативної торгівлі на селі слід вважати повернення до системи кооперації чисельних об'єктів зданих в оренду, відновлення роботи тимчасово "законсервованих

об'єктів", а також вимушено перепрофільованих магазинів в період кризи.



Рис.3.2. Види діяльності споживчої кооперації – потенційні складові багатофункціональної сільської економіки

Поряд з відродженням споживчої кооперації на селі важливо виділити ще один стратегічний пріоритет – розширення торговельного і сервісного підприємництва.

Підприємництво, як форма активізації економічної діяльності на селі, має важливе соціально-економічне значення в умовах масового безробіття, посилення міграційних процесів і зростання депресивних сільських районів. Саме підприємництво покликано динамізувати розвиток торгівлі та сфери послуг, а також об'єктів їх інфраструктурного забезпечення, більш повно задовольнити матеріальні потреби сільських жителів та їх доступність до якісного обслуговування, створити робочі місця, зняти гостроту проблем соціального характеру.

На необхідність пріоритетного розвитку підприємництва в сільській місцевості вказують і результати Всеукраїнського соціологічного дослідження [193] (табл.3.3).

Тільки 14,8% респондентів відповіли, що приватний бізнес є суттєвим джерелом існування села. При цьому у Східному та Північному регіоні кількість позитивних відповідей була значно нижчою (9-10%). Судячи з відповідей, приватний бізнес дещо краще розвинений в селах Центрального і Південного регіонів – 24-27%. Однак дослідження показують, що частка від власного бізнесу на селі не перевищує 6,5% сукупних грошових доходів сільського жителя.

Таблиця 3.3

Економічні джерела існування села**(%, 2013р.)**

№ з/п	Економічні джерела	Регіони України					Всього
		Північний	Центральний	Східний	Західний	Південний	
1.	За рахунок торгівлі (продажу власної продукції)	25,8	29,7	19,5	10,3	50,5	24,6
2.	За рахунок держпідприємств, промисловості, транспорту, зв'язку	11,9	0,0	7,1	10,3	8,3	8,2
3.	За рахунок сільського господарства	24,7	61,3	27,7	24,2	17,1	28,9
4.	За рахунок сфери послуг	20,2	2,6	3,3	4,8	14,1	8,7
5.	За рахунок міграційних заробітків в Україні	41,4	14,1	34,6	32,0	21,3	31,1
6.	За рахунок заробітків за кордоном	21,2	2,2	1,6	38,9	3,4	16,3
7.	За рахунок близькості курортів, санаторіїв, трас	15,7	25,3	6,7	12,2	10,7	13,1
8.	За рахунок туристів	2,5	1,1	1,1	9,0	6,4	2,2
9.	За рахунок приватного бізнесу	10,6	23,8	8,6	11,5	26,9	14,8
10.	За рахунок натурального господарства	26,8	17,8	39,2	33,5	15,3	28,4
11.	Інше	3,0	4,0	1,8	3,0	0,0	1,3
12.	Важко відповісти	8,1	3,7	15,5	6,4	5,2	8,2
	Разом	100	100	100	100	100	100

Примітка. Джерело: Соціологічне дослідження "Соціально-економічне становище сучасного українського села" www.institute.gorchenin.ua

Такий низький рівень розвитку підприємництва на селі закономірний,

оскільки відповідні умови і передумови для заняття бізнесом в цілому не створено, про що стверджували 54% опитаних сільських жителів.

Таким чином, широкий розвиток підприємництва в сільській місцевості пов'язаний зі створенням відповідних умов та гарантій, державної підтримки і захисту.

До необхідних ключових умов стратегічного розвитку торговельного підприємництва слід віднести:

- дерегуляцію підприємницької діяльності у сфері торгівлі і скорочення трансакційних витрат;
- стимулювання інвестиційної діяльності в сільській економіці, зокрема у секторі торговельних та інших видів послуг, забезпечення доступності підприємців до кредитних ресурсів;
- оновлення і вдосконалення застарілої нормативно-правової бази регулювання діяльності суб'єктів торгівлі, ресторанного господарства, сфери послуг;
- мінімізацію податків і платежів для суб'єктів торгівлі, які функціонують в депресивних сільських районах;
- кадрове забезпечення торговельного підприємництва на селі шляхом підготовки фахівців у ВНЗ споживчої кооперації на засадах держзамовлення;
- впровадження ефективних норм і методів продажу товарів, підвищення якості обслуговування і культури торгівлі;
- використання ринкових методів господарювання і форм економічної взаємодії: оренди, франчайзингу, лізингу, партнерства.

Створення зазначених умов суттєво активізуватиме підприємницьку діяльність на селі, придасть сфері торгівлі і послуг новий імпульс розвитку в рамках ефективних моделей і організаційних форм. Відповідно з'являться перспективні напрями розвитку сільської торгівлі.

Під активним впливом стратегічних сил в сфері торгівлі проявляються тенденції (розширення торговельної мережі, зростання товарообороту, активізації діяльності, розвиток дрібнооптової торгівлі), які в сукупності

зумовлюють появу нового перспективного напрямку – формування сільського ринку.

Сільський ринок – категорія відносно нова. Її сутнісна характеристика розкрита лише частково в наукових працях дослідників кооперативної торгівлі.

Узагальнюючи різні погляди на сутність сільського ринку, його можна трактувати як окрему сферу прояву і реалізації сукупності соціально-економічних відносин з приводу обміну у товарно-грошовій формі продукції, товарів, послуг в сільській місцевості.

Така дефініція, а також сучасні завдання сільського ринку дозволяють визначити стратегічну мету його розвитку в межах сільських територій:

- задовольнити потреби сільського населення і соціальних закладів в товарах і послугах, а підприємницькі структури в засобах виробництва, предметах праці з одного боку і забезпечити дистрибуцію аграрної продукції.

З другого боку:

- врівноважити попит і пропозицію на сільському ринку за рахунок суттєвого підвищення платоспроможності споживачів і оптимізації структури товарної пропозиції;

- досягти еквівалентності в товарно-грошовому обміні між селом і містом шляхом обґрунтування і дотримання паритетності цін;

- розширити мережу роздрібних підприємств на селі та об'єктів громадського харчування, раціонально спеціалізувати і типізувати їх. Суттєво знизити рівень територіальної і регіональної диференціації, забезпеченості сільського населення об'єктами торгівлі;

- змінити характер розвитку сільської торгівлі – перевести зі стадії кількісного зростання у стадію інтенсивного розвитку;

- прискорити розвиток системи збуту продукції аграрного сектору, особливо в сегментах дрібнотоварного виробництва, а також дрібнооптової торгівлі в сільській місцевості;

– створити конкурентне середовище на сільському ринку, стимулювати конкурентну боротьбу і методи добросовісної конкуренції.

Сільський ринок як територіально-просторове формування має свою специфіку, характерні ознаки, параметри і функції.

Особливостями сільського ринку слід вважати те, що:

- товарна пропозиція на сільському ринку (товари широкого вжитку, сільгоспінвентар, обладнання, міндобрива, техніка, послуги) відповідають характеру праці і способу життя сільського жителя;
- платоспроможний попит зумовлений обмеженими і нестабільними доходами споживачів;
- економічний обмін відрізняється різноманітністю форм – поряд з товарно-грошовою формою обміну на сільському ринку використовуються також прямий товарообмін, зустрічний продаж, заготівлі, контракція та інші форми;
- рух товарних потоків на сільському ринку має зустрічний характер: село-місто і місто-село;
- конкурентні аспекти сільського ринку малорозвинені з причин низького рівня конкурентного середовища.

Особливості сільського ринку проявляються також в його механізмах і базових функціях, відображаються в багатомірній структурі такого ринку (додаток С, рис.С.1).

Як видно з рис. С.1. структурна модель сільського ринку характеризується окремими функціональними блоками, а також складною системою відносин і зв'язків.

Перший блок відображає товарну пропозицію, яка представляє величезні за своїми обсягами матеріальні ресурси: товари, сировина, матеріали, засоби виробництва, енергоносії, послуги. У вартісному виразі такі ресурси складають близько 200 млрд. грн. Слід особливо підкреслити, що в процесі обміну зазначені ресурси характеризуються зустрічним потоком. Місто поставляє через торгівлю селу непродтовари, продтовари,

фармацевтику, енергоносії, інвентар, засоби виробництва, матеріальні і нематеріальні послуги на суму, що перевищує 120 млрд. в рік.

Зустрічний потік – з села в місто, складається з сільгосппродукції, продуктів первинної переробки, виробів сільських підприємств, послуг за своїми обсягами сягає 195 млрд. грн. (рис.3.3).

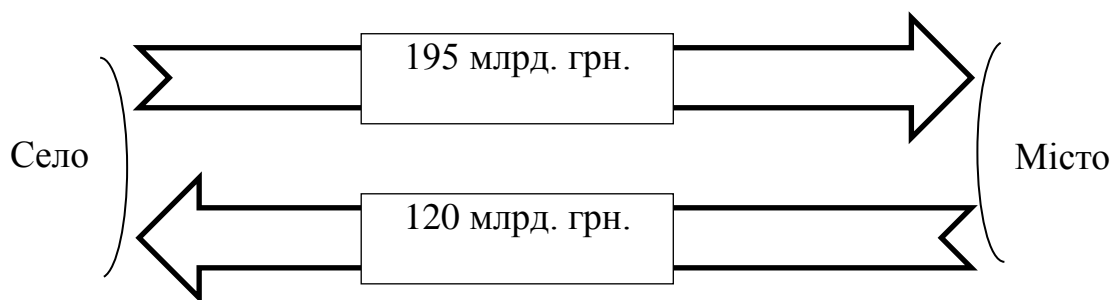


Рис. 3.3. Зустрічні потоки товарів та послуг на сільському ринку України (Розраховано автором за 2014р. за матеріалами Державної служби статистики України)

Різниця у величинах потоків ресурсів суттєва. З аграрного сектору направляється ресурсів у 1,6 рази більше ніж поступають в сільську місцевість і в цьому проявляється хронічна деформація обміну. Крім того, тривалий період спостерігаються суттєві диспропорції, зумовлені нееквівалентним обміном між селом і містом.

Другий блок складової сільського ринку характеризується купівельним попитом. Сукупний попит на сільському ринку складається з попиту населення і домогосподарств на товари (послуги) особистого та сімейного споживання, а також попиту аграрних підприємств, соціальних закладів підприємницьких структур на засоби виробництва, інвентар, енергоносії, послуги. Для обох сегментів сукупний попит характеризується нестабільністю у наслідок низької платоспроможності домогосподарств, підприємств, установ та соціальних закладів на селі.

Відповідно, підвищення рівня платоспроможності зазначених учасників ринку повинно стати важливою стратегічною метою державної політики на

селі. Третій блок в структурі сільського ринку охоплює інфраструктурні об'єкти, які представлені мережами роздрібної торгівлі, збутовими та дрібнооптовими структурами. Такі об'єкти формують каркас сільського ринку і зумовлюють його функціонування та розвиток.

Функціонування сільського ринку забезпечує нині переважно роздрібна торгівля. Вона нараховує більше 66,5 тис. об'єктів, з яких 72% магазини. В середньому на один населений пункт приходить близько 2,5 об'єкта торгівлі. Проте, в площині територіального розміщення об'єктів торгівлі спостерігаються суттєві перекоси: 8119 сільських поселень (близько 30% загальної їх кількості) не мають на своїх територіях жодного торговельного об'єкта. В деяких регіонах, наприклад, Дніпропетровська, Донецька, Кіровоградська, Луганська, Полтавська, Харківська, цей показник сягає 40-45%, а в Сумській області – 52% (табл.3.4).

Отже, у контексті розвитку сільських територій стратегічне завдання полягає у тому, щоб налагодити торговельне обслуговування у кожному сільському населеному пункті, причому на першому етапі в порівняно великих поселеннях з кількістю жителів більше 150 осіб. Йдеться про 1660 населених пунктів, де проживають не менше 500 тис. чоловік.

Друге стратегічне завдання пов'язано з оптимізацією структури об'єктів торгівлі, їх типізацією і регіональною спеціалізацією. Необхідно також диверсифікувати торговельну діяльність на селі шляхом її комбінування та інтеграції у виробничі зв'язки.

Поряд з вдосконаленням і оптимізацією інфраструктурних об'єктів торгівлі стратегічно важливо активізувати розвиток сфери громадського харчування. Ця соціально значима сфера для сільської місцевості зазнала глибокий занепад. Якщо у 90-х роках кількість їдалень, кафе, ресторанів на селі нараховувала більше 22 тис. од., то нині така мережа скоротилася до 7,7 тис. об'єктів і продовжує скорочуватися.

Таблиця 3.4

Кількість населених пунктів, що не мають торговельних закладів і перспективи їх створення

(одиниць, 2013 р.)

	Кількість населених пунктів (од.)	Їх частка (%)	у тому числі з чисельністю жителів							Перспективи відкриття об'єктів торгівлі у населених пунктах
			-49	50-99	100-199	200 - 299	300-499	500-999	1000-	
Україна	8119	30,1	4481	2011	1214	229	106	47	31	1660
Вінницька	314	21,7	171	71	44	9	10	2	-	57
Волинська	168	16,0	53	62	39	9	3	3	-	51
Дніпропетровська	601	42,7	306	162	105	16	9	2	3	44
Донецька	462	42,9	223	133	83	14	4	1	-	52
Житомирська	455	28,5	270	119	56	6	3	6	12	60
Закарпатська	60	10,4	5	10	10	6	11	-	-	73
Запорізька	354	38,9	161	115	73	3	2	2	-	11
Івано-Франківська	68	8,9	29	18	15	3	1	1	-	80
Київська	215	19,2	140	45	24	4	1	1	-	54
Кіровоградська	395	41,5	228	111	50	5	-	3	-	28
Луганська	333	43,2	200	73	14	6	7	3	-	29
Львівська	371	20,1	139	117	86	18	11	-	-	179
Миколаївська	315	36,0	169	74	60	10	1	1	-	22
Одеська	366	32,9	168	102	63	22	5	5	1	52
Полтавська	752	43,0	457	164	1017	16	12	2	-	28
Рівненська	156	15,6	59	41	41	11	4	-	-	63
Сумська	720	51,1	514	139	55	9	3	-	-	16
Тернопільська	126	12,3	28	39	38	13	5	1	2	92
Харківська	786	47,8	493	165	47	21	5	4	1	32
Херсонська	156	24,6	56	47	32	9	2	2	8	30
Хмельницька	237	16,8	105	75	48	4	2	3	-	48
Черкаська	139	17,0	79	33	18	9	-	-	-	34
Чернівецька	21	5,3	2	5	7	3	2	2	-	43
Чернігівська	549	38,0	426	91	25	3	3	1	-	16

Примітка. Джерело: Соціально-економічне становище сільських поселених пунктів України (статзбірник) Держстатслужба статистики України.К.–2014р.

Більш глибокий аналіз показав, що відбулося не тільки скорочення об'єктів, але й суттєва їх концентрація у великих населених пунктах. Як

результат 81% сільських поселень залишилися без об'єктів громадського харчування і без відповідного обслуговування (табл.3.5).

Таблиця 3.5

Стан і перспективи розвитку об'єктів громадського харчування

(2014р.)

Об'єкти громадського харчування	У всіх населених пунктах	У тому числі за чисельністю жителів						
		-49	50-99	100-199	200-299	300-499	500-999	1000-
Кількість населених пунктів	27016	4684	2807	3911	2807	4118	5107	3582
Охоплення населених пунктів діючими об'єктами, %	28,7	0,4	0,9	2,7	5,4	12,9	35,7	142,2
Перспективи вводу в дію об'єктів	1535	20	34	85	128	320	586	312

Примітка. Джерело: Соціально-економічне становище сільських населених пунктів України (статзбірник) Держстатслужба статистики К.2014р.

Ввід в дію додатково 1535 їдалень, кафе, барів, ресторанів дозволить збільшити їх кількість на 20% і довести забезпеченість сільського населення такими об'єктами до 6 об'єктів на 10 тис. постійних жителів.

Таким чином, в сфері громадського харчування викристалізуються два перспективних напрямки:

- перший суттєве збільшення кількості об'єктів;
- друге, інтенсивне розташування об'єктів громадського харчування в сільських населених пунктах людністю 100-300 осіб.

Особливим пріоритетом торговельної інфраструктури сільського ринку слід вважати формування збутової системи в аграрному секторі, а також дрібнооптових об'єктів для товарного забезпечення роздрібної торгівлі.

Найбільш доступною і раціональною системою збуту сільськогосподарської продукції є дистрибуція через кооперативи:

обслуговуючи кооперативи та заготівельні структури споживчої кооперації. Саме вони повинні протистояти експансії спекулятивного посередницького бізнесу.

В Україні створено близько 940 обслуговуючих кооперативів, з яких лише 530 од. розміщено в сільській місцевості. Вони розташовані переважно у великих сільських населених пунктах. Зауважимо, що обслуговуючи кооперативи покликані залучати товарні ресурси дрібних товаровиробників. Це означає, що вони повинні функціонувати як у великих так і малих сільських поселеннях. Проте 96% населених пунктів залишилися поза кооперацією. Нині один кооператив обслуговує 600-700 малих населених пунктів, а в середньому по Україні 52 села і тим самим суттєво ускладнюється проблема збуту продукції колективних, фермерських господарств і домогосподарств.

Дані табл. 3.6 підтверджують деформовану структуру розміщення кооперативів у розрізі категорій населених пунктів.

Таблиця 3.6.

Розвиток обслуговуючих кооперативів в сільській місцевості

(2014р.)

Види кооперативів	Усі населені пункти(1)	У тому числі з чисельністю жителів						
		-49	50-99	100-199	200-299	300-499	500-999	1000-
Переробні	40 42	-	1	3	2	4	9	21
Заготівельно-збутові	134 142	4	3	7	9	20	43	48
Постачальницькі	32 33	1	-	-	3	3	10	15
Багатофункціональні	113 128	2	-	4	8	16	31	48
Інші	210 258	-	1	13	10	32	73	81
Кількість населених пунктів на один кооператив	52	668	700	277	86	54	29	16

Примітки. 1. Знаменник – загальна кількість кооперативів. Дані Держслужби статистики України

Отже виникають наступні стратегічні завдання розвитку обслуговуючих кооперативів:

- суттєве (на порядок) збільшення кількості обслуговуючих кооперативів в сільській місцевості;
- переважного розвитку заготівельно-збутових і постачальницьких кооперативів;
- оптимізації територіального розміщення кооперативів.

Більш радикальний підхід прискореного розвитку і вдосконалення сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів полягає в об'єднанні зусиль товаровиробників та суб'єктів споживчої кооперації для створення суміжних заготівельно-збутових, постачальницьких і маркетингових кооперативів в сільській місцевості. При такому підході є можливість використати матеріально-технічну базу споживчої кооперації, її кадровий потенціал, діловий досвід цієї організації, яка більш півтора століття функціонує на селі. А головне, що в основі обслуговуючих кооперативів лежать кооперативні принципи, тобто базові принципи сільськогосподарської і споживчої кооперації.

В системі оптової реалізації агропродовольчих ресурсів важливо розглянуть ще один перспективний напрям – розвиток оптових ринків сільськогосподарської продукції (ОРСП). За своєю суттю ОРСП представляє собою господарюючий суб'єкт (юридична особа), предметом діяльності якої є створення умов і надання послуг, що забезпечують здійснення процесу оптової купівлі-продажу сільськогосподарської продукції.

Створення мережі ОРСП в Україні є одним з магістральних напрямів аграрної державної політики. Воно базується на спеціальному Законі України "Про оптові ринки сільськогосподарської продукції" від 25VI2009 р. №15-61-VI, Постанов Кабінету Міністрів України, наказів Мінагрополітики, низки Міжнародних актів: "Проекту аграрного маркетингу (4SAID)", Проекту

логістики і маркетингу в сільському господарстві (TACIS), "Реформи у галузі сільського господарства і вдосконалення нормативної бази (USAID)".

Основні функції ОРСП полягають у:

- ефективній організації оптової реалізації сільськогосподарської продукції і продуктів її переробки;
- організації раціонального руху і акумулюванні товарних ресурсів з метою їх обміну у формі оптової купівлі-продажу;
- створення умов для учасників оптових торгів, забезпечення безбар'єрного доступу товаровиробників і покупців до торговельних послуг;
- надання оптовим продавцям і покупцям широкого кола торговельних, інформаційних, трансфертних, правових, страхових, сервісних та інших послуг;
- забезпечення контролю за якістю і безпечністю продукції;
- моніторингу на ринку сільгосппродукції, передбачення ризиків, забезпечення продовольчої безпеки.

Незважаючи на активну підтримку ОРСП з боку держави їх розвиток можна оцінити як незадовільний. В Україні створено лише декілька ОРСП: "Шувар" (Львів), "Столичний" (Київ), "Господар" (Донецьк), Харків і Дніпропетровськ. Такий стан пояснюється складністю функцій, високою вартістю і довготривалістю проекту ОРСП, який в середньому обходиться у 200-250 млн.грн. з виходом на проектну потужність протягом 7,5-8 років.

Орієнтація на створення крупних ОРСП міжрегіонального і регіонального рівня зі складною інфраструктурою і надмірною концентрацією агропродовольчих ресурсів крупних товаровиробників доцільно і виправдано для формування головним чином експортного потенціалу, розвитку міжнародного товарного обміну аграрною продукцією. Що стосується задоволення внутрішніх поточних потреб в сільгосппродукції для споживчих і виробничих цілей, то більш доцільним є децентралізація мережі ОРСП і наближення їх до джерел агровиробництва. Йдеться про створення цілісності структурної моделі ОРСП (рис. 3.4).

Запропонована структурна модель ОРСП містить три рівні ринків: міжрегіональний, регіональний і локальний.

Міжрегіональні ринки будуть мати товарний профіль у відповідності до зон спеціалізації аграрного виробництва.

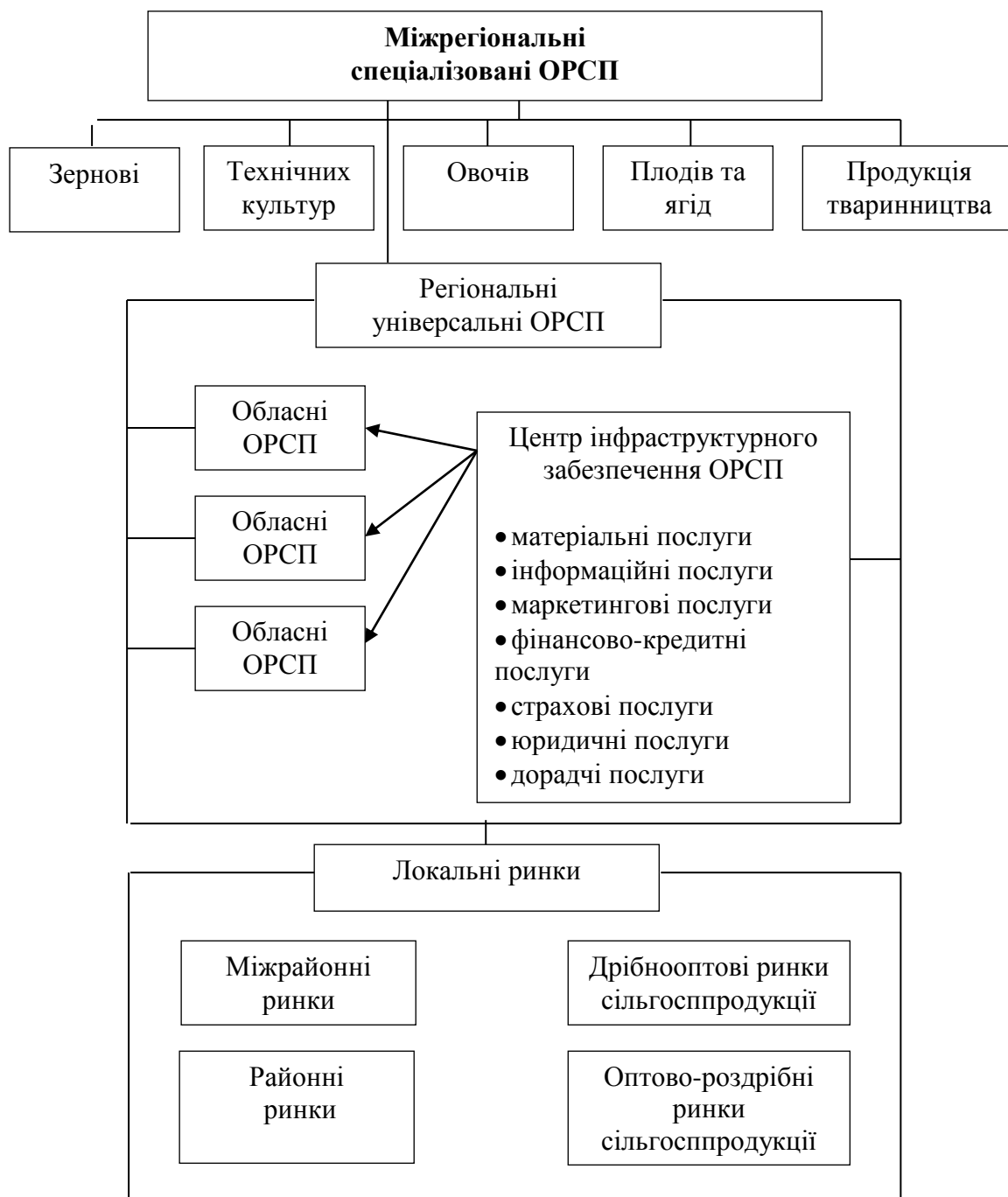


Рис. 3.4. Структурна модель постійно діючих оптових ринків сільськогосподарської продукції (розробка автора)

Їх основне призначення – формування експортного потенціалу, резервного фонду, а також ресурсів для виробничих потреб. На регіональному рівні доцільно розвивати універсальні ОРСП з функціями визначених для нині діючих ринків. Крім того, важливо створити при обласних ОРСП сучасні центри інфраструктурного забезпечення.

Для локальних ринків (міжрайонах і районах) характерно змішаний асортимент продукції. Вони можуть бути дрібнооптовими або оптово-роздрібними.

Критерієм для визначення кількості таких ринків може служити чисельність населення. Сучасні дослідники ОРСП прогнозують потреби в створенні локальних ОРСП універсального типу, а на міжрегіональному рівні – спеціалізовані.

Таким чином, стратегічними пріоритетами слід визнати дві підсистеми торгівлі – роздрібну і оптову, які у взаємодії формують сільський ринок. Їх узгоджений перспективний розвиток вимагає виявлення структурних зв'язків і внутрішніх відносин, пов'язаних з соціально-економічними перетвореннями сільських територій шляхом їх моделювання і взаємодії. Крім того важливо розрахувати і обґрунтувати прогнози на пріоритетних напрямках розвитку торгівлі у сільській місцевості економетричними методами.

На основі даних розвитку торгівлі на селі, представлених у табл.3.7, були побудовані найпростіші моделі трендів для досліджуваних чинників і обчислені прогнозні значення на найближчі три роки.

На основі одержаних рівнянь трендів були обчислені прогнозні значення та їх оцінки для досліджуваних показників розвитку торгівлі на селі на найближчі три роки. Результати обчислень представлені у табл.3.8.

Таблиця 3.7

Динаміка основних чинників розвитку торгівлі на селі

Рік	x ₁ млрд.грн.	x ₂ тис.грн.	x ₃ %	x ₄ тис.грн.	x ₅ м ² на 10 тис.осіб	x ₆ од. на 10 тис.осіб
2000	3,09	0,210	11,6	1,025	1137	21
2001	3,88	0,262	12,1	1,415	1033	20
2002	4,14	0,283	11,2	1,792	961	19
2003	4,47	0,341	10,5	2,863	903	18
2004	6,01	0,416	9,3	3,659	838	16
2005	7,09	0,497	7,9	4,143	779	16
2006	10,11	0,710	8,1	5,288	797	15
2007	13,10	0,926	7,6	6,597	694	14
2008	17,39	1,238	7,3	9,066	653	13
2009	18,14	1,299	7,9	9,861	636	12
2010	23,34	1,680	8,6	11,586	663	12
2011	29,40	2,119	8,7	12,942	660	11
2012	32,37	2,344	8,9	14,533	602	10
2013	34,03	2,479	8,1	15,559	600	10
2014	35,22	2,530	8,0	15,678	601	10

Примітка. Розраховано за матеріалами Державної служби статистики України

Тут x₁ – сукупний товарооборот роздрібної торгівлі на селі, в млрд.грн.;

x₂ – товарооборот роздрібної торгівлі на селі на одну особу, в тис.грн.;

x₃ – частка сільської торгівлі в товарообороті України, в %;

x₄ – грошові доходи сільського жителя, в тис.грн.;

x₅ – забезпеченість сільського населення торговими площами, м² на 10 тис. жителів;

x₆ – забезпеченість сільського населення об'єктами торгівлі, одиниць на 10 тис. жителів.

Таблиця 3.8

Прогнозні значення та їх оцінки для показників розвитку торгівлі на селі

Показник	Прогноз показника на			ME	MSE
	2015 рік	2016 рік	2017 рік		
в млрд.грн.					
$\tilde{X}_1^{лн}$	36,920	39,520	42,120	0	7,9064
$\tilde{X}_1^{пр}$	43,249	48,223	53,476	0	2,5454
$\tilde{X}_1^{ехр}$	55,307	67,160	81,554	-0,1507	10,4957
в тис.грн.					
$\tilde{X}_2^{лн}$	2,666	2,855	3,044	0	0,0430
$\tilde{X}_2^{пр}$	3,132	3,496	3,880	0	0,0139
$\tilde{X}_2^{ехр}$	4,045	4,931	6,011	-0,0126	0,0587
в %					
$\tilde{X}_3^{лн}$	7,030	6,778	6,525	0	1,0503
$\tilde{X}_3^{пр}$	9,251	9,831	10,509	0	0,3905
$\tilde{X}_3^{ехр}$	7,266	7,081	6,900	0,0588	0,9827
в тис.грн.					
$\tilde{X}_4^{лн}$	17,175	18,355	19,536	0	0,6388
$\tilde{X}_4^{пр}$	18,633	20,359	22,150	0	0,3546
$\tilde{X}_4^{ехр}$	27,715	33,816	41,260	-0,2352	4,6976
м ² на 10 тис.осіб					
$\tilde{X}_5^{лн}$	482,695	446,724	410,752	0	3187,30
$\tilde{X}_5^{пр}$	624,688	641,964	665,504	0	489,161
$\tilde{X}_5^{ехр}$	525,815	502,637	480,480	1,9240	2060,36
од. на 10 тис.осіб					
$\tilde{X}_6^{лн}$	7,838	7,009	6,181	0	0,3670
$\tilde{X}_6^{пр}$	9,259	8,964	8,731	0	0,0967
$\tilde{X}_6^{ехр}$	8,847	8,353	7,886	0,0088	0,1211

Примітка. Розрахунки автора

Тут ME – середнє значення помилки;

MSE – середньоквадратичне значення помилки.

Необхідно відзначити, що чим ближчі значення статистичних оцінок ME і MSE до нуля, тим кращими чи вірогіднішими будуть значення для досліджуваних показників розвитку торгівлі на селі.

На основі параболічного тренду отримані прогнозні параметри товарообороту на 2017 рік: роздрібний товарооборот – 53,4 млрд. грн.; товарооборот на одного сільського жителя – 3,8 тис. грн.; частка сільської торгівлі в загальнонаціональному товарообороті – 10,5%.

На основі даних табл. 3.7 були також побудовані лінійні парні та множинні рівняння регресії залежності сукупного товарообороту роздрібною торгівлі на селі x_1 і товарообороту роздрібною торгівлі на селі на одну особу x_2 від впливу на них грошових доходів сільського жителя x_4 , забезпеченості сільського населення торговими площами x_5 та забезпеченості сільського населення об'єктами торгівлі x_6 . Окремі рівняння регресії мають вигляд:

$$\tilde{x}_1 = -1,10302 + 2,22681 \cdot x_4; \quad (1)$$

$$R^2 = 0,98494; \quad F = 850,2;$$

$$\tilde{x}_1 = 61,57385 - 0,058997 \cdot x_5; \quad (2)$$

$$R^2 = 0,70959; \quad F = 31,8;$$

$$\tilde{x}_1 = 59,14266 - 2,97401 \cdot x_6 \quad (3)$$

$$R^2 = 0,86938; \quad F = 86,5;$$

$$\tilde{x}_2 = -1,27879 + 0,19653 \cdot x_4 + 0,001095 \cdot x_5 + 0,004879 \cdot x_6; \quad (4)$$

$$R^2 = 0,99504; \quad F = 735,4.$$

Аналіз лінійних моделей регресії (1) – (8) показує, що всі вони мають досить високу вірогідність, оскільки відповідні коефіцієнти детермінації R^2 є більшими від 0,7, а більшість з них є досить близькими до одиниці. Це також підтверджують отримані значення F критерію Фішера, які є досить великими і значно перевищують відповідні табличні значення.

Серед парних рівнянь регресії найбільший вплив на сукупний товарооборот роздрібної торгівлі на селі x_1 мають грошові доходи сільського жителя x_4 ($b_4=2,22681$).

Зокрема, при збільшенні грошових доходів сільського жителя x_4 на 1 тис. грн. очікується збільшення сукупного товарообороту роздрібної торгівлі на селі в середньому на 2,22681 млрд. грн.

Таким чином, в перспективі слід очікувати інтенсивний розвиток сільської торгівлі на декількох стратегічних напрямках: як сучасний рітейл, дистрибуційна система, "каркас" сільського ринку, кооперативний сектор. Такий стратегічний розвиток повинен базуватися на вивірені методологічні підходи та концептуальні засади і положення.

3.3. Вдосконалення інституціонального та організаційно-економічного забезпечення розвитку системи торговельного обслуговування на селі

Поступальний розвиток і ефективне функціонування сільської торгівлі залежать від впливу чисельних чинників соціально-економічного, науково-технічного, організаційного, правового і фінансово-економічного характеру. При цьому особливий інтерес представляють ті фактори і умови, які формують інституціональне середовище.

По-перше, багато тенденцій та явищ, які відбуваються в національній економіці і проявляються в сфері сільської торгівлі (кількісне зростання, глобалізація товарних ринків, падіння рівня купівельної спроможності населення, експансія імпорту товарів, надмірна диференціація регіонального розвитку торгівлі, розширення тіньового обороту товарів, дискримінація форм власності) можуть бути всебічно пояснені за допомогою методологічного апарату інституціональної економіки.

По-друге, інституціональне забезпечення сучасних процесів в сільській торгівлі мало досліджено, тому не розроблена інституціональна база на

цьому напрямку, що приводить до значних деформацій у розвитку торгівлі в сільській місцевості.

Таким чином, очевидною стає необхідність наукового обґрунтування моделі інституціонального забезпечення перспективного розвитку торгівлі на селі. Актуальність такого обґрунтування торгівлі посилюється по мірі соціальної орієнтації торгівлі в умовах розвитку сільських територій. Вихідним моментом обґрунтування структурної моделі інституціонального забезпечення розвитку сільської торгівлі є визначення взаємодіючих інтересів. Тут можна виділити групи інтересів, які схематично можна представити наступним чином (рис. 3.5).

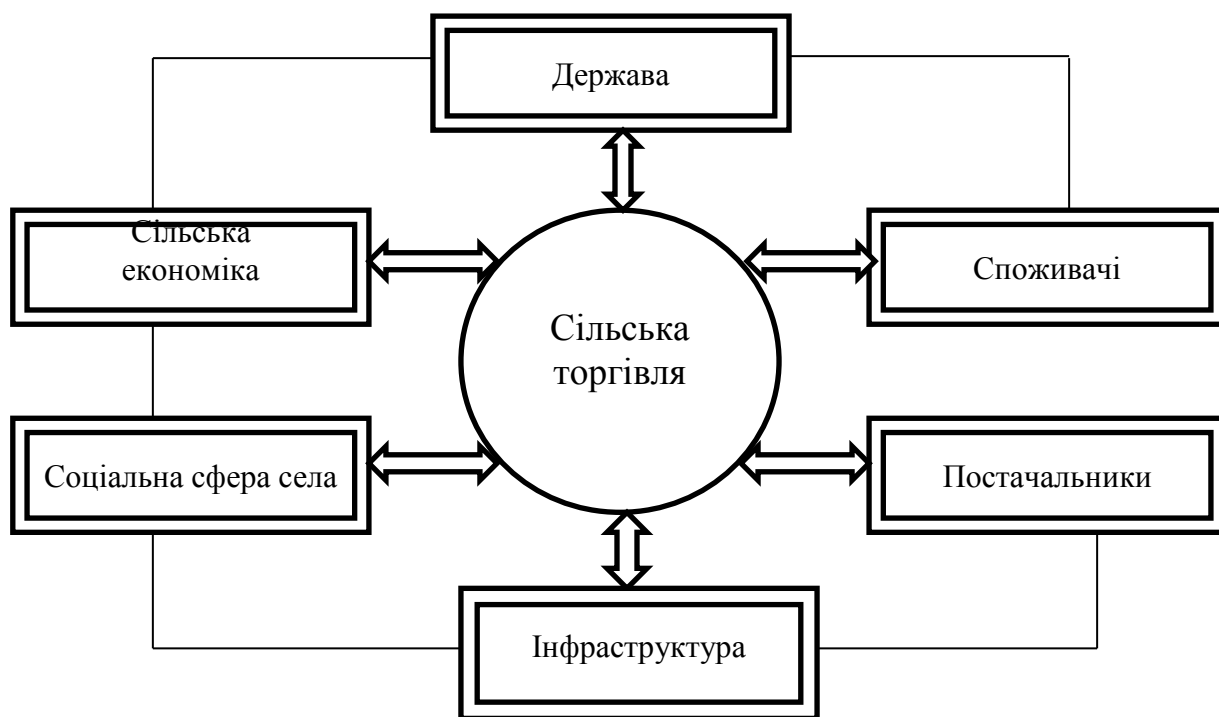


Рис. 3.5. Група взаємодіючих інтересів в інституціональному середовищі функціонування сільської торгівлі (розробка автора)

Як видно з рис. 3.5, інтереси в системі відносин сільської торгівлі багатоаспектні і різнонаправлені. Так, інтереси держави і торгівлі у значній мірі не співпадають. Протирічності виникають відносно асортиментної, цінової, податкової, кредитної політики. Інтереси сільської економіки,

соціальної сфери вимагають підпорядковувати розвиток і функції торгівлі оптимальним параметрам ефективності, прибутковості, економічного і фізичного доступу населення до торговельних послуг, конкуренції.

Споживачі, сфера споживання в цілому вимагає від торгівлі стабільності цін, відповідність асортименту товарів і послуг обсягам і структурі попиту, мінімізацію витрат часу на придбання товарів, високу якість товарів та їх безпечність. Стратегічна мета торгівлі інша – мінімізація витрат, максимізація прибутку, позитивна динаміка вартісних показників, мінімальна соціальна відповідальність.

На стику інтересів постачальників і торгівлі також виникають протиріччя відносно відпускнуї ціни, знижок, розміру партії, раціональності товарного руху, якості і надійності товарів, розподілу витрат і доходів.

Такий широкий спектр протиріч об'єктивно не можна подолати лише ринковими методами і механізмами, або координуючими діями конкуренції. Потрібні сучасні інститути інституціональної спрямованості (формальні та неформальні) для усунення зазначених "провалів". Інститут формальний формально представляє стійку форму суспільного устрою, у межах якої відтворюються соціальні, економічні, правові, організаційні відносини. Інститут неформальний являє сукупність норм моралі, поведінки, традицій, звичаїв, ментальності.

Інституціональна модель базується на сукупності принципів інституціоналізму (конституїруючих, регулюючих, координуючих) та відповідних механізмів – адміністративного, ринкового, змішаного типу, а також саморегулювання.

Структурно модель інституціонального забезпечення розвитку і функціонування сільської торгівлі має такий вигляд (рис.3.6). Вона формує цілісне уявлення про склад і контури моделі інституціонального забезпечення сільської торгівлі.

Розкриття змісту такої моделі вимагає комплексного аналізу впливу на сферу торгівлі учасників системи економічних, соціальних, політичних,

організаційних відносин через засоби формальних і неформальних інститутів та відповідних механізмів.

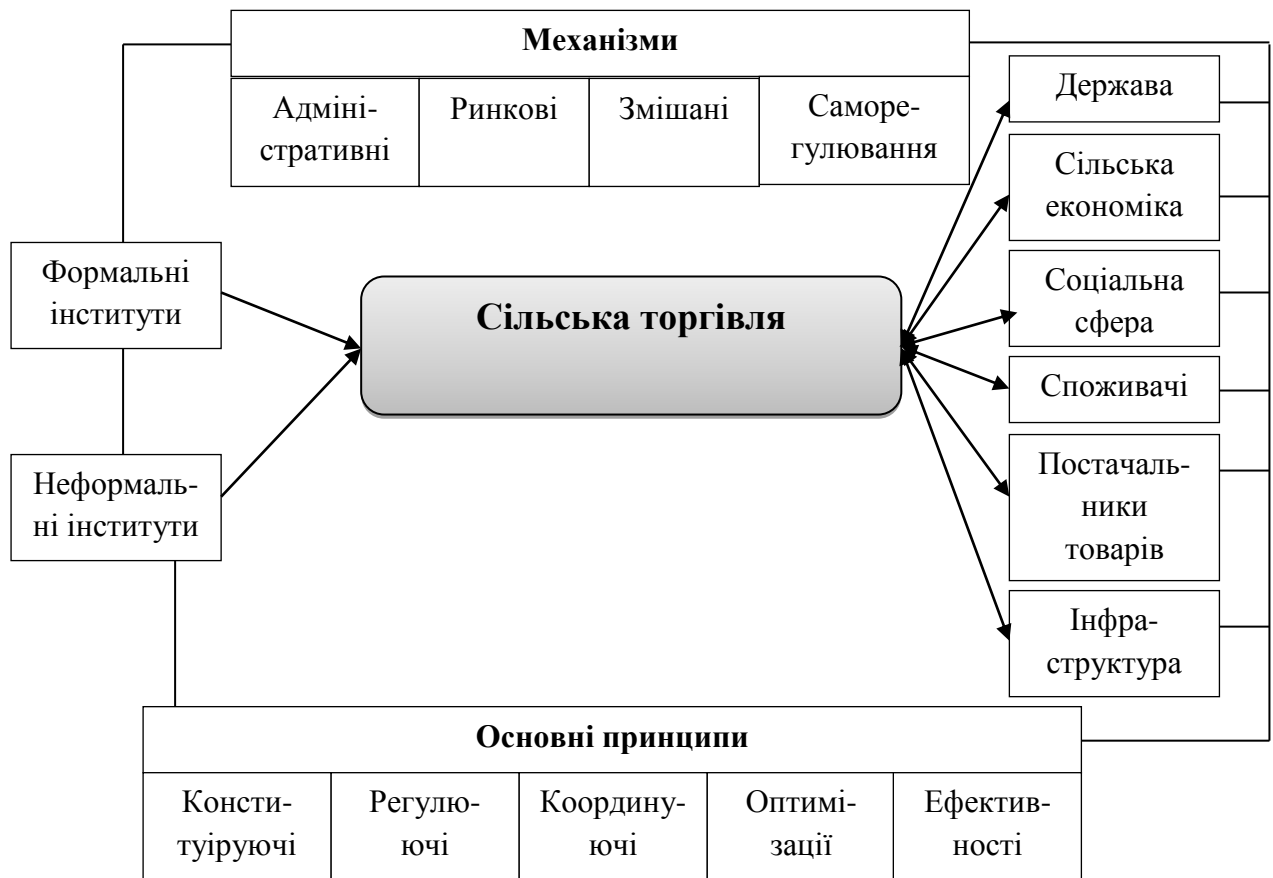


Рис. 3.6. Структурна модель інституціонального забезпечення розвитку і функціонування сільської торгівлі (розробка автора)

Особлива роль у формуванні інституціональних умов розвитку сільської торгівлі належить державі. Держава повинна впроваджувати ефективну торговельну політику, створити рівні умови для розвитку різних систем торгівлі, оптимізувати трансакційні витрати, запропонувати оптимальні варіанти територіально-регіонального розвитку структурних змін торгівлі на сільських територіях. Проте, недооцінка значення державного макрорегулювання зазначених процесів привела до суттєвих деформацій у розвитку сільської торгівлі.

Відтак виникає об'єктивна необхідність розробки і реалізації ефективної торговельної політики в Україні. Вона повинна визначити стратегічні

орієнтири і програмні засоби розвитку вітчизняної внутрішньої торгівлі у контексті сучасних реформ національної економіки і окреслити напрями і пріоритети розвитку сільської торгівлі із врахуванням соціально-економічних перетворень на селі. Державна політика повинна заснуватися на засадах:

- вільного розвитку всіх форм торгівлі в сільській місцевості і відновлення функцій кооперативної торгівлі;
- узгодженого розвитку функціональної, організаційної, соціальної, економічної і територіальної структур сільської торгівлі;
- розширення організованого сектору сільської торгівлі і звуження неорганізованого сектору;
- інноваційної конкурентності суб'єктів торгівлі і виключення монополізму;
- законодавчого і нормативно-правового забезпечення розвитку і функціонування сільської торгівлі
- запровадження торгівлі в кероване русло і посилення державного регулювання;
- забезпечення цінової і фізичної доступності всіх верств сільського населення до торговельних послуг;
- соціальної відповідальності торговельного підприємництва;

Важливе місце в реалізації торговельної політики належить законодавчій і нормативно-правовій базі. Аналіз показує, що правова база функціонування торгівлі не відповідає сучасним вимогам до рівня ефективності її діяльності і конкурентоспроможності.

В Україні відсутній Закон "Про внутрішню торгівлю", правові норми у Господарському Кодексі України застаріли, суттєвого оновлення вимагають правила торгівлі, стандарти, норми, нормативи (додаток Т, табл. Т.1).

Як видно з табл. Д.1., перелік документів інституціонального забезпечення широкий, що вказує на застарілу і невдосконалену правову базу розвитку торгівлі.

Суттєві позитивні зміни в сенсі державного регулювання діяльності системи торгівлі можливі при умові прийняття нових законів, зокрема Закону України "Про внутрішню торгівлю", підзаконів актів до Закону України "Про електронну комерцію" і радикального оновлення низки чинних законів.

Прийняття прямого Закону "Про внутрішню торгівлю" дозволило вирішити низку актуальних проблем:

- демонополізації товарних ринків – аграрного, продовольчого, будматеріалів, електрики, косметики і парфумерії, побутової техніки та інші, де транснаціональні компанії, холдинги, крупні корпорації, що володіють торговельними мережами ведуть експансіоністську політику захоплення відповідних ринків. Стратегія діяльності крупноформатних торговельних мереж – домінування (60-65%) на відповідних ринках. Проект Закону України "Про внутрішню торгівлю" обмежує їх діяльність до 25%, причому на всіх ринках: локальних, регіональних, міжрегіональних;

- оптимізації ланковості в системі товарного руху, особливо на аграрному ринку, де торговельні посередники займають не менше 2/3 в загальних обсягах реалізації товарної продукції. Все це приводить до зростання витрат обертання і відповідно кінцевої ціни;

- вдосконалення розрахунків з постачальниками товарів в торгівлю шляхом звуження товарного кредиту, який приводить до величезних розмірів кредиторської і дебіторської заборгованості (відповідно 715 млрд. грн. і 542 млрд. грн. у 2013 р.) і суттєво деформує грошовий оборот. Крім того, необхідно чітко встановити терміни розрахунків за товари. Нині такі терміни встановлено лише по окремим групам продтоварів;

- раціонального розміщення торговельних об'єктів в населених пунктах відповідно до встановлених державою нормативів торговельних площ магазинів на 10000 жителів. Недотримання таких нормативів приводить до ускладнення фізичної доступності населення до торговельних послуг. Так, в

сільській місцевості у близько третини населених пунктів відсутні об'єкти торгівлі;

- посилення соціальної функції торгівлі оскільки по мірі поглиблення ринкових процесів відбувається десоціалізація системи торгівлі, яка проявляється у випереджаючому зростанні роздрібних цін відносно фізичного товарообороту, тарифів на послуги, скороченні соціально-орієнтованих об'єктів торгівлі (соціальних магазинів, їдалень), низької соціальної відповідальності торговельного бізнесу в сфері якості, безпеки товарів, соціальної підтримки своїх працівників. Зазначені проблеми залишаються невирішеними оскільки проект (2006 р.) Закону України "Про внутрішню торгівлю" в черговий раз був заблокований КМУ і Верховною Радою в 2013 р. в угоду крупних торговельних корпорацій був прийнятий "косметичний" Закон "Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо врегулювання внутрішньої торгівлі".

Таким чином, необхідність прийняття прямого і всеоб'ємлюючого Закону регулювання багатоаспектної діяльності торгівлі очевидна. Закон України "Про внутрішню торгівлю" повинен стати фундаментом для системної державної торговельної політики. До такого фундаменту слід віднести також Закон України "Про захист прав споживачів", який вимагає перегляду в самій суті. У більшості країн такий закон покликаний захищати не стільки права, скільки інтереси споживачів. Це важливо підкреслити, оскільки в чинному законі інтереси споживачів в частині стримання цін, тарифів, соціалізації торгівлі, безпеки товарів, нечесної комерційної практики мало враховуються. Між тим, Україна, яка приєдналася до Хартії захисту прав споживачів, прийнятої Парламентською Асамблеєю Ради Європи повинна захищати зазначені інтереси споживачів.

Важливе значення для інституціонального забезпечення функціонування торгівлі має Господарський Кодекс України, який регулює засади господарської діяльності, у тому числі торговельної, правового регулювання відносин між юридичними особами, зовнішньоекономічну діяльність. Цей

основоположний законодавчий акт може значно активізувати діяльність системи торгівлі за умовою усунення протиріч з нормами Цивільного Кодексу відносно підприємництва і відповідного доповнення нормами, що регулюють господарську діяльність в сфері оптової торгівлі, оптового посередництва, а також кооперативного сектору економіки.

У контексті взаємодії "держава – сільська торгівля" особливий інтерес представляє інституціональне забезпечення розвитку окремих аспектів діяльності торгівлі, явищ та процесів у цій підсистемі (табл.3.8).

Посилення впливу держави на сільську торгівлю засобами формальних інститутів, зазначених у таблицях додатку Т, табл. Т.1. і табл. 3.8. дозволить суттєво покращити інституціональне забезпечення організаційно-структурних змін, операційної і фінансово-економічної діяльності торгівлі на сільських територіях.

Структурні елементи сільської економіки, насамперед, аграрне виробництво, тісно взаємодіє із сільською торгівлею у двох напрямках: обміні аграрної продукції у формі купівлі-продажу та постачанні продукції виробничого призначення товаровиробникам. Різностороння взаємозалежність зумовлює наявність механізмів, засобів, інструментів для регулювання і підтримання складної системи відносин і економічних зв'язків. Значну роль в такій взаємодії відіграють інституціональні інструменти, тобто формальні і неформальні інститути: угоди, договори, контракти, правові акти, національні і міжнародні правила (Інкомтермс), звичаї, традиції.

Підкреслимо, що в неінституціональній економіці теорія оптимального контракту отримала широке визнання. Така теорія розглядає обмін не у формі купівлі-продажу, а як обмін правами власності на основі контракту, який фіксує конкретні повноваження і умови передачі прав. Слід зауважити, що така теорія життєспроможна в умовах "ідеальних контрактів". Оскільки на практиці таких контрактів в принципі не може бути в силу динаміки

економічних умов, форс-мажорних обставин, то додатково залучаються захисні засоби: закони, нормативні акти, арбітражні і третейські суди.

Інституціональна структура регулювання взаємовідносин аграрного виробництва і торгівлі в процесі містить елементи, які можуть бути об'єднані у два блока (рис.3.7).

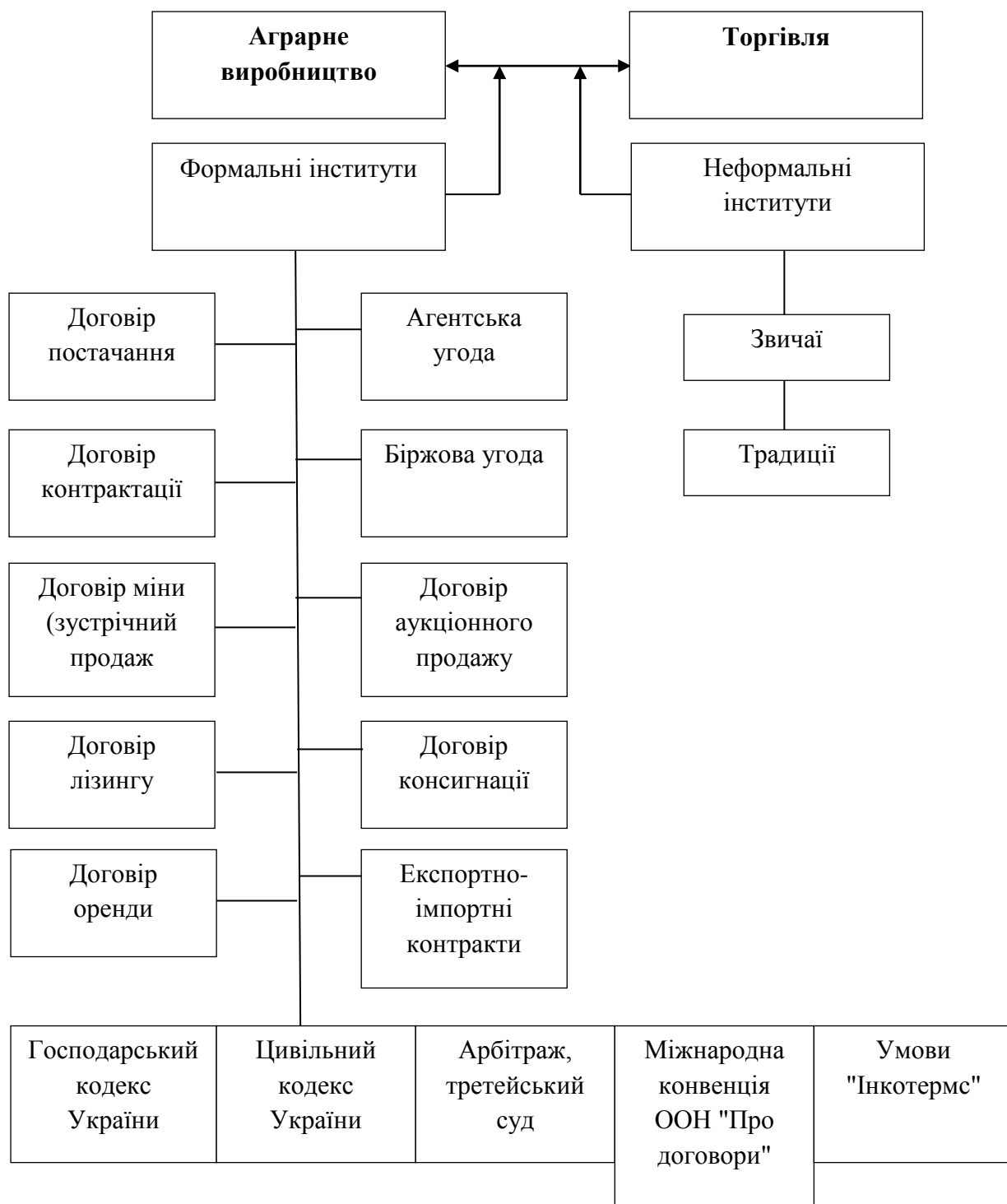


Рис.3.7. Інституціональне забезпечення регулювання відносин аграрного виробництва і торгівлі (розробка автора)

З наведених на рис.3.7 формальних інститутів на практиці широко використовуються договори постачання і міні (зустрічного продажу), а також біржові та агентські угоди.

Договір постачання регулює зобов'язальні відносини, головним чином, в сфері матеріально-технічного постачання техніки, обладнання, матеріалів, сировини для виробничих потреб і частково оптової реалізації аграрної продукції переробним підприємствам. Основна частина непереробленої продукції сільського господарства реалізується через посередницькі канали, де домінують договори зустрічного продажу і біржові угоди (зерно, соняшник).

Особливістю зустрічного продажу є постачання сільськогосподарської продукції із зобов'язаннями закупити в оптового покупця потрібної товаровиробнику продукції. Як правило, це сировина, обладнання, сільгосптехніка, енергоносії. Нестача кредитних ресурсів і власних обігових коштів породила багато варіантів зустрічного продажу. Всі вони відбуваються на принципах компенсації: торгової, комерційної, промислової, повної і часткової, з використанням паралельних угод і, навіть, передбачених фінансових зобов'язань.

Особливо непрозорі і заплутані компенсаційні операції спостерігаються у взаємовідносинах сільськогосподарських підприємств і постачальників енергоносіїв: бензину, дизпалива, мастильних матеріалів, електроенергії. Тут авансове постачання енергоносіїв на умовах товарного кредиту під компенсацію сільгосппродукції з майбутнього врожаю приводить до "роздування" цін, їх диспаритету а, відтак, нееквівалентного обміну (табл.3.9).

Динаміка тривалого зростання цін на продукцію виробничого призначення зумовила стрімке підвищення цін за останнє десятиліття на сільськогосподарську продукцію. При цьому диспаритет цін зберігається, що призводить до дисбалансу міжгалузевого обміну і зниження ефективності

агарного виробництва. Близько третини сільськогосподарських підприємств збиткові. За різними даними втрати сільського господарства внаслідок диспаритету цін за роки перебудови перевищує 100 млрд.грн.

Таблиця 3.9

Індекси цін на промислову продукцію для сільського господарства і цін реалізації аграрної продукції

%

	Роки					
	2000	2005	2010	2011	2012	2013
Матеріально-технічні ресурси промислового походження:	132,7	111,9	115,1	114,6	106,2	95,4
– сільгосптехніка	116,8	111,2	109,6	115,3	102,7	101,7
– мінеральні добрива	124,3	109,0	120,9	114,3	98,7	83,6
– нафтопродукти	163,7	119,9	111,7	124,0	99,7	100,0
– електроенергія	109,6	116,9	113,1	120,6	109,9	105,5
Реалізація продукції аграрних підприємств	155,8	108,1	130,0	113,6	106,8	97,1
Рівень рентабельності виробництва сільгосппродукції	-1,0	6,8	21,1	23,2	21,7	11,8

Примітка. Джерело: Сільське господарство України [статзбірник]. – Держстатслужба. – К., 2000-2014р.

Таким чином, формальні інституціональні інститути, механізми взаємодії аграрного сектора з іншими сферами економіки в процесі економічного обміну вимагають суттєвого вдосконалення. Йдеться, насамперед, про перегляд системи ціноутворення, міжгалузевого розподілу доходів, договірного регулювання, схем товарного руху.

Відносно договірного регулювання слід зазначити, що існуючі види договорів купівлі-продажу не враховують у повному обсязі особливості обміну аграрної продукції: вартість і споживну вартість, харчову цінність, властивості, сезонність виробництва, ризикованість, еластичність попиту і багато інших аспектів. Ці ж недоліки характерні для законодавчих актів, які регулюють договірні відносини.

Виникає об'єктивна необхідність створення і законодавчого закріплення особливого договору–агropостачання. Дослідники АПК ще в період соціалістичної економіки пропонували цей новий вид "договору", проте ідея виявилася чужорідною для умов планової економіки, коли аграрна продукція по-суті не визнавалася товаром і реалізувалася за каналами державних закупівель. Нині ситуація докорінно змінилася і, відповідно, зросла актуальність проблеми введення нового договору-агropостачання і формування правової бази його регулювання. Актуальність цієї проблеми посилюється по мірі збільшення обсягів товарної продукції, які нині сягають близько 200 млрд. грн.

Крізь призму інституціоналізму важливо розкрити ключовий аспект регулювання взаємодії сільської торгівлі із сферою особистого і сімейного споживання, конкретніше – із сільським населенням.

Контингент споживачів в сільській місцевості не тільки чисельний (близько 14 млн. осіб), але й складний за своєю структурою. Доросле активне населення нараховує 58,3%, відповідно діти і особи пенсійного віку складають 18,9% та 22,8%. Одночасно зауважимо, що постійного населення на селі фактично менше (приблизно на 2 млн. осіб) з причин інтенсивної міграції.

На територіях сільських населених пунктів зареєстровано 4,9 млн. домогосподарств. Середній розмір одного домогосподарства складає 2,7 осіб.

Фізичні особи (жителі села) і домогосподарства виступають споживачами товарів особистого і сімейного споживання. Потребу в таких товарах покликана задовольняти сільська торгівля. Проте, особисті і сімейні потреби задовольняються лише частково. Товарооборот на одного жителя села складає не більше 26% від середньодушового товарообороту в Україні. В структурі товарообороту села 60% приходить на продтовари, коли по Україні співвідношення продовольчих і непродовольчих товарів діаметрально протилежні – 40:60%.

Такі деформації викликані тим, що обсяги і структура потреб сільського населення не співпадають з інтересами і можливостями торгівлі:

- збільшення фізичних обсягів товарних ресурсів вимагає наявності в сільській торгівлі значних власних оборотних коштів, які по-суті відсутні, а кредити банків недоступні;
- розширення товарообороту на селі стримує також високий рівень витрат обертання. Операційні витрати сягають 98-99 коп. за 1 грн. товарообороту;
- задоволення структури потреб пов'язано із суттєвим розширенням і оновленням асортименту товарів, що надзвичайно ризиковано в умовах специфіки сільського попиту.

Розглянемо ще один аспект диспаритету інтересів сфери споживання і сільської торгівлі, який зумовлений економічною поведінкою споживачів. Купівельна спроможність сільського населення низька в силу соціально-економічної ситуації, яка склалася в сільській місцевості.

Серед сільського населення лише 3,6 млн. осіб або 26% складають працюючі переважно з низькими заробітними платами. Відповідно доходи сільського населення неприпустимо низькі. Близько 20% осіб мають грошові доходи нижчі прожиткового мінімуму.

Все це формує економічну поведінку сільських покупців:

- орієнтація на товари першої необхідності;
- чутливість до цін;
- мінімізація вартості покупки;
- розширення кола продуктів власного виробництва для задоволення особистих потреб.

Сільська торгівля, виходячи із своїх економічних інтересів, враховує, але не зовсім адекватно реагує на економічну поведінку сільських покупців, оскільки її кінцева мета як підприємницької системи є отримання прибутку. Відтак торгівлі якраз вигідне підвищення цін, максимізація вартості покупок, скорочення натурального споживання.

У контексті взаємних інтересів торгівлі і споживачів важливо розглядати також соціальний аспект їх взаємодії. Соціальна функція торгівлі багатогранна. Вона передбачає:

- ціновий і фізичний доступ покупців до торговельних послуг;
- якість і культуру торговельного обслуговування;
- безпечність і якість товарів та послуг.

Слід зауважити, що в умовах ринкових відносин соціальна функція торгівлі значно ослаблена, відповідно соціальна орієнтація торгівлі малопомітна. Торгівля не стримує постійне зростання роздрібних цін, по-суті не контролює проникнення в сферу товарного обігу низькоякісних товарів, слабо розвиває інноваційну базу підвищення якості і культури обслуговування.

Загострюється соціальна проблема доступу сільського населення до торговельних послуг. Обстеження показують, що більше 8,2 тис. населених пунктів, або близько 30% їх чисельності не мають об'єктів торгівлі. У 2005 р. кількість таких сільських населених пунктів дорівнювалася 6 тис. од.

В цілому взаємовідносини сільської торгівлі і сфери споживання вимагають інституціонального регулювання у трьох напрямках: соціально-демографічному, економічному і соціальному. При цьому потрібно активне підключення як формальних, так і неформальних інститутів (табл. 3.10).

Як видно з табл.3.10, розходження інтересів торгівлі і сфери споживання за багатьма позиціями суттєва. Це стосується, головним чином, соціальних аспектів, тому саме у цьому напрямку слід посилити вплив інституціональних інститутів.

Окремий напрямок інституціонального забезпечення процесу взаємодії торгівлі слід вважати сферу постачання. Ця сфера нараховує десятки тисяч суб'єктів виробництва, оптової торгівлі, посередництва, які щорічно поставляють величезні маси товарів вітчизняного виробництва та імпорту. Співробітництво торгівлі і сфери постачання носить об'єктивний характер.

Таблиця 3.10

**Інституціональне забезпечення інтересів сільської торгівлі і сфери
споживання (розробка автора)**

Напрямок взаємодії	Ступінь зацікавленості		Інституціональне регулювання	
	Сільська торгівля	Сфера споживання	Формальні інститути	Неформальні інститути
1. Територіальне розташування об'єктів торгівлі з метою максимального наближення до покупців	Зацікавлена в межах багатолюдних (більше 200 жителів) населених пунктів	Повна зацікавленість	Нормативи забезпечення населення торговельними площами магазинів	Традиції, звичаї, спосіб життя. Обряди Вірування
2. Рациональна типізація і спеціалізація об'єктів торгівлі	Зацікавлена у концентрації асортименту в крупних магазинах	Мало зацікавлено у вузівській спеціалізації	Програма розвитку сільської торгівлі регіону	
3. Систематичне розширення і оновлення асортименту товарів	Обережна зацікавленість з врахуванням кон'юнктури сільського ринку	Повна зацікавленість	Концепція державної торговельної політики	
4. Впровадження прогресивних методів торговельного обслуговування	Зацікавлено в межах оптимальних витрат і технологічної доцільності	Повна зацікавленість	Соціальні стандарти обслуговування	
5. Збільшення набору додаткових послуг	Малозацікавлено у наданні безкоштовних послуг	Повна зацікавленість	Соціальні стандарти обслуговування	
6. Якість і безпечність товарів	Формальна зацікавленість у межах стандартних норм	Повна зацікавленість	Правила продажу продовольчих і непродовольчих товарів	
7. Стабілізація роздрібних цін	Назацікавлено з позицій мети торгівлі отримати прибуток	Повна зацікавленість	Закон України "Про внутрішню торгівлю"	
8. Відкриття соціальних магазинів	Незацікавлено	Зацікавленість соціально мало захищених верств населення	Про створення і організацію діяльності соціальних магазинів, Постанова КМУ.	
9. Громадський контроль за діяльністю торгівлі	Формальна зацікавленість	Повна зацікавленість	Концепція державної торговельної політики	
10. Збільшення робочих місць в сфері торгівлі	Зацікавленість у межах доцільності	Повна зацікавленість	Державна торговельна політика	

Ці сфери органічно взаємозалежні, проте на стику інтересів виникають суттєві протиріччя, які можуть бути врегульовані інституціональними засобами формального характеру.

На рис. 3.8 приведені ключові стадії, де виникають протиріччя і розбіжності інтересів торгівлі і постачальників. На практиці їх коло значно ширше. В сучасних умовах вони мають свої особливості:

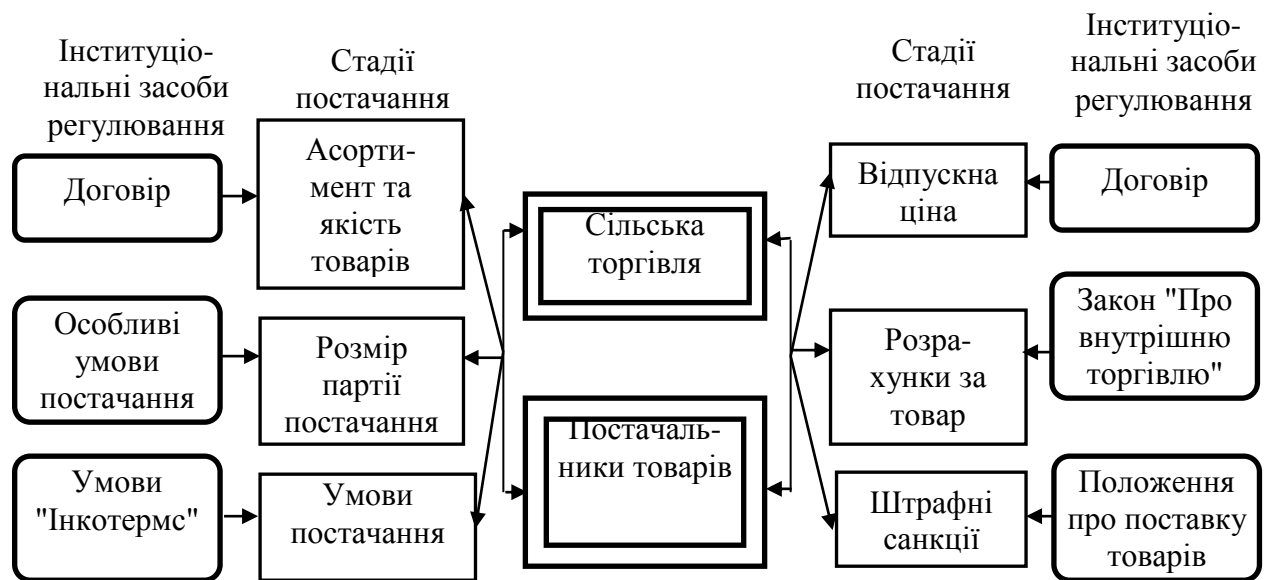


Рис.3.8. Стадії процесу постачання, де виникають розбіжності інтересів торгівлі і постачальників (розробка автора)

- по-перше, протиріччя і розбіжності інтересів носять антагоністичний характер, тому в інституціональній економіці слід активно розвивати таке явище, як партнерство;

- по-друге, сільська торгівля не допускає системних розбіжностей інтересів в процесі взаємодії з постачальниками, оскільки оптова купівля-продажу оснований на разових угодах, малими партіями і, переважно, в режимі товарного кредиту. Правда, кредиторсько-дебіторська заборгованість зростає і сягає десятки мільярдів грн. Тому в перспективі торгівля повинна взаємодіяти з постачальниками на засадах довготривалих зв'язків і договорів;

-по-третє, багато інституціональних інструментів і засобів регулювання відсутні, а частина застаріла. Виникає необхідність створення сучасної бази регулювання взаємовідносин сільської торгівлі з постачальниками. Зокрема: відновлення скасованих у 90-х роках "Положення про поставку товарів народного споживання", "Положення про поставку продукції виробничого призначення", "Особливі умови постачання", Інструкції прийому товарів за кількістю та якістю, впорядкувати систему розрахунків, регламентувати штрафні санкції, адаптувати умови постачання до реакції вітчизняних товарних ринків.

Таким чином, вдосконалення інституціонального забезпечення розвитку і функціонування сільської торгівлі є складним і багатоаспектним процесом, який охоплює формальні і неформальні інститути, інституціональні механізми і регулятори і спрямований на формування сучасного інституціонального середовища, а також ефективної системи державного регулювання в сфері сільської торгівлі.

Висновки до розділу 3

1. Узагальнення теоретичних положень і тенденцій розвитку системи торговельного обслуговування в сільській місцевості дозволило визначити і обґрунтувати ключові напрями перспективного розвитку: формування багатоукладної сфери торговельного обслуговування, відновлення функцій кооперативної торгівлі, адаптація торгівлі до вимог сільського розвитку, підвищення ролі торгівлі у функціонуванні ринку агропродовольчих ресурсів, інноваційний розвиток торгівлі на селі, створення сучасних об'єктів інфраструктурного забезпечення сільської торгівлі.

2. Під активним впливом стратегічних сил (соціально-економічна політика розвитку сільських територій, інноваційність, посилення державного регулювання сільського розвитку, розширення ринку сільгосппродукції, глобалізація товарних ринків в сільській місцевості) формується новий ринок – "сільський ринок", який можна трактувати як

окрему сферу прояву і реалізації сукупності соціально-економічних відносин з приводу обміну у товарно-грошовій формі товарів, аграрної продукції, продуктів її переробки, послуг в межах сільської місцевості. В роботі обгрунтована стратегічна мета сільського ринку, його структурна модель, а також функції.

3. Економетричний аналіз дозволив встановити суттєву залежність товарообороту від економічних і соціальних чинників, а також визначити прогнозну оцінку основних параметрів розвитку сільської торгівлі до 2017 року.

4. Концептуально можна виділити три варіанта перспективного розвитку торгівлі в сільській місцевості: кооперативний розвиток (домінування кооперативної торгівлі), адаптивний еволюційний розвиток (адаптація розвитку торгівлі до засад сільського розвитку), диверсифікований розвиток (комбінування, інтеграція торгівлі в економічні системи). Доведено, що останній варіант є найбільш доцільним в умовах територіально-регіональної децентралізації управління.

5. В роботі доведена необхідність суттєвого покращення інституціонального забезпечення розвитку сільської торгівлі. Відповідно науково обгрунтовано модель інституціонального забезпечення розвитку і функціонування торгівлі із врахуванням посилення економічної ролі і соціальної орієнтації торгівлі в сільській місцевості, а також інтересів в системі взаємовідносин держави, сільської економіки, соціальної сфери на селі, сфери особистого споживання та сільської торгівлі.

Інституціональна модель структурно охоплює учасників системи економічних, соціальних, політичних, організаційних відносин через зазначені вище інститути та відповідні механізми, які детально проаналізовані в дисертації.

Основні положення першого розділу дисертаційної роботи опубліковано у працях: [1, 4, 7, 10, 13].

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі здійснено теоретичне узагальнення й наведено нове вирішення науково-практичного завдання обґрунтування теоретико-методичних і науково-прикладних засад формування ефективної системи торговельного обслуговування в сільській місцевості в умовах активізації розвитку сільських територій України. На основі проведеного дослідження сформульовано такі теоретико-методичні та практичні висновки.

1. Дослідження теоретико-методичних засад розвитку села на сучасному етапі дозволило виявити переважання деяких концептуальних підходів («розвитку аграрного сектору», «розвитку сільських територій», інтегрований – «сільського розвитку»), які відображені в державних стратегіях і програмах. Встановлено, що сільська торгівля не враховує особливості зазначених підходів і у своєму розвитку слідує вузькогалузовим і корпоративним інтересам, що приводить до суттєвих диспропорцій і протиріч у міжгалузевих відносинах. Тому в дисертації обґрунтований теоретико-методологічний підхід розвитку торгівлі на наукових засадах, які охоплюють економічні закони, базові принципи, конкурентно-ринкові та державні механізми, відносини і зв'язки. У роботі розкрита сутність системи торговельного обслуговування в сільській місцевості, яка являє собою впорядковану сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних складових (підсистем, елементів), що закономірно утворюють єдине ціле в межах сільських територій і взаємодіють з метою активного формування і мобілізації товарних ресурсів, ефективної реалізації товарів і послуг сільським споживачам відповідно до їх потреб, сприяння соціально-економічних перетворень на селі.

2. Дослідження складу і структури середовища розвитку сільської торгівлі на засадах просторового розвитку систем з вивченням зовнішньої і внутрішньої структури показало, що агреговано можна виділити базові середовища: соціально-економічне, соціально-демографічне, соціально-

культурне, економічне, організаційно-економічне, інституціональне, а також особливі види середовища – конкурентне, інноваційне. Все це дозволило виявити глибинні процеси структурних змін та трансформацій в різних видах середовищ і визначити їх вплив на розвиток і функціонування торгівлі.

3. Доведено, що торгівля в сільській місцевості повинна стати об'єктом державного регулювання і підтримки, виходячи із активної її участі у реалізації соціальної політики держави; функціонування в складних умовах депресивних сільських районів; забезпеченні в широких масштабах міжгалузевого і міжрегіонального обміну аграрної продукції. Спільність інтересів держави і сільської торгівлі очевидні, тому вплив держави на розвиток торгівлі об'єктивно необхідний, а державна підтримка і стимулювання за змістом повинно бути фінансово-економічного, організаційно-правового і соціального характеру.

4. Виявлена зростаюча роль торгівлі у багатофункціональній структурі економіки села, задоволені потреб сфери особистого і виробничого споживання на селі та інфраструктурному обслуговуванні аграрного ринку, що зумовлює об'єктивну необхідність координації і узгодженого розвитку торгівлі в системі відносин та зв'язків сільських територій. У зв'язку з цим в роботі запропоновано комплексний розвиток торгівлі з організаційними формами виробничої і соціально-економічної діяльності на селі.

5. Сукупний потенціал сільської торгівлі включає різні види внутрішніх потенціалів, з яких можна виділити як базові: економічний, соціальний, техніко-технологічний, організаційно-управлінський і комерційний. Їх всебічний аналіз дає підстави стверджувати, що ресурсна база кількісно задовільна, але якісно відстала. Її оновлення нині носить фрагментарний характер, механізми взаємодії мало розвинуті, ефективність використання низька. При тому, кінетична сила потенціалу торгівлі та поточні її резерви значні. Тому запропоновано методи і механізми ефективного реалізації сукупного потенціалу сфери торговельного обслуговування.

6. У процесі дослідження встановлено, що особливості поселенської

структури в сільській місцевості, асиметричність економічного розвитку регіонів зумовлюють суттєву диференціацію фізичної та економічної доступності населення до торговельних послуг, яка набуває характер складної соціально-економічної проблеми. В дисертації обґрунтовано шляхи раціонального територіального розміщення об'єктів торгівлі на селі, оптимізації їх структури, соціальної орієнтації сільської торгівлі, доведення забезпеченості сільського населення торговельними площами до відповідних науково-обґрунтованих норм, встановлених державою.

7. Доведено, що розвиток сільської торгівлі в перспективі відбудеться під впливом домінуючих активних стратегічних сил (соціально-економічна політика розвитку сільських територій, інноваційний розвиток економіки, посилення державного управління, прискорений розвиток аграрного ринку, глобалізація товарних ринків), які визначатимуть пріоритети її соціально-економічного, організаційно-структурного та техніко-технологічного розвитку. В зв'язку з цим обґрунтовано стратегічні пріоритети розвитку системи торговельного обслуговування на селі і дана прогнозна оцінка її перспективного розвитку.

8. У дисертації науково обґрунтована і запропонована концептуальна структурна модель сільської торгівлі, яка містить види торгівлі, характерні для сільської місцевості, організаційно-правові форми, об'єкти торгівлі та інфраструктурного забезпечення. Окремий блок складають державні, галузеві та громадські органи координації, управління, контролю і нагляду, що дозволить не тільки спрямувати розвиток торгівлі в кероване русло але й стимулювати її розвиток.

9. Запропоновано шляхи вдосконалення і оновлення правової бази розвитку торгівлі, зокрема, прийняття Законів України «Про внутрішню торгівлю», оновлення і доповнення Законів України «Про оптові ринки сільськогосподарської продукції», «Про споживчу кооперацію», «Про захист прав споживачів», створення нормативної бази, стандартів обслуговування, гармонізації законодавчо-нормативних актів з документами Євросоюзу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александров Н.П. Агропромышленные комплексы и пути их развития. – М.: Мысль, 1975 –285с.,
2. Анічін Л.М. Механізми ефективного розвитку економіки аграрної сфери АПК України / Л. М. Анічин [та ін.] ; заг. ред. Л. М. Анічин ; Національна академія держ. управління при Президентові України. Харківський регіональний ін-т держ. управління. - Х.: Видавництво ХарРІ НАДУ "Магістр", 2006. - 294 с.
3. Ансофф И. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. / И. Ансофф. науч. ред. и авт. предисл. Л.И. Евенко. – М.: Экономика, 1989. – 519 с.
4. Апопій В.В. Внутрішня торгівля та АПК України: ефективність взаємодії [Монографія] /В. Апопій – Львів. Вид-во ЛКА, 2007 – 368 с.
5. Апопій В.В., Процишин О.Р. Посилення ролі торгівлі у соціально-економічному розвитку села і формуванні сільського ринку // Торгівля, комерція, підприємництво. – Львів: ЛКА, 2010. – С.6-11.
6. Апопій Г.В. Проблеми інноваційного розвитку внутрішньої торгівлі України (стаття)) //Вісник Львівської комерційної академії: зб. наук. праць. Серія економічна — березень 2014 р. Львів: ЛКА, 2014. С. 128-132. (0,3 друк. арк.)
7. Апопій Г.В., Неділько К.З. Проблеми і перспективи малого підприємництва в Україні (стаття) //Торгівля,комерція,підприємництво: зб. наук. праць. — Вип. 15. — Львів: ЛКА, 2013 С.117-120.(0,14 друк. арк.).
8. Апопій, Г. В. Соціально-економічний потенціал сільської торгівлі та ефективність його використання // Збірник наукових праць Хмельницького кооперативного торговельно-економічного інституту. Економічні науки. – Вип. 7. –Хмельницький: ХТЕІ, 2014. С .42-49.
9. Апопій Г.В. Тенденції розвитку торгівлі в сільській місцевості (розділ) // Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку:

- монографія/ [Копич І.М. та ін.]; за ред. В.В. Апопій, П.Ю. Балабана. – Львів: Новий Світ – 2000, 2014. – 564.
10. Апопій Г.В., Криган Р.В. Територіальна доступність сільського населення до торговельних послуг (стаття)// Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України : зб. наук. праць. – Вип. 4(108). – Львів: ДУ Інститут регіональних досліджень імені І.М. Долішнього НАН України, 2014. С.161-167.
 11. Апопій Г.В. .Форми участі торгівлі у розвитку сільських територій (стаття)// Торгівля, комерція, підприємництво : зб. наук. праць. — Вип. 16. — Львів: ЛКА, 2014 С.63-66.
 12. Архипенко І. “Аграрний сектор економіки” та “державна аграрна політика” як наукові поняття у структурі світогляду суб’єктів державного управ-ління / І. Архипенко // Держава і ринок : [Електрон-ний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.kbuapa.kharkov.ua/e-book/putp/2012-4/doc/3/03.pdf>.
 13. Бакунов О.О. Роздрібні торговельні мережі: стратегії розвитку: монографія /О.О.Бакунов, В.А.Распопова; Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України; Донецький нац.ун-т екон. і торгівлі ім. М.Туган-Барановського. – Донецьк: Вид-во «Ноулідж» (Донецьке відділення), 2012. – 184 с.
 14. Балабан П.Ю. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку [Монографія] / І.Копич, О.Нестуля, П. Балабан та ін. Львів "Новий світ", 2014 – 565 с.
 15. Балабан П., Балабан М., Іванов Ю., Апопій Г. Торгівля в сільській місцевості: структурні зміни в трансформаційній економіці // Комерція, торгівля, підприємництво. // Торгівля, комерція, підприємництво: зб. наук. праць. — Вип. 18. — Львів: ЛКА, 2015. - С.11-17.
 16. Балабан П.Ю. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність,

- стратегічні пріоритети: монографія / П.Ю. Балабан, М.П. Балабан.– Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. – 121 с.
17. Баланівський М. Аграрна реформа в Україні (соціологічна діагностика) / М. Баланівський [та ін.] ; заг. ред. В. Тарасенко ; НАН України, Ін-т соціології. - К. : ІС НАН України, 2007. - 576 с.
 18. Барановський М.О. Сільські території України: рівень розвитку, трансформаційні зміни, концепції реформування // Економіка України. – №2. – 2011. – С.97.
 19. Бачевський Б.Є. Потенціал і розвиток підприємства : навч. посіб. / Бачевський Б. Є, Заблудська І. В., Решетняк О. О. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с
 20. Берман Барри Розничная торговля: стратегический подход / Берман Барри, Эванс Джоел Р.; [пер. с англ.]. – [8-е изд.]. – М. : Вильямс, 2003. – 1183 с.
 21. Бертланфі Л. История и статус общей теории систем // Системные исследования. 1973.
 22. Бетлій М.Г. Аграрний сектор України на шляху до євроінтеграції / М. Г. Бетлій [та ін.] ; ред. О. М. Бородіна ; Ін-т економіки та прогнозування НАН України. - Ужгород : ІВА, 2006. - 496 с.
 23. Біла О.Г. Фінансове планування і прогнозування [Навч. посібник] Львів:Компакт-ЛВ. 2005. – С.255-285.
 24. Блюменфельд Л. Системные исследования / Ежегодник М.1970.
 25. Богданов А. Всеобщая организация науки. (Часть 3) М. Книга 1925.
 26. Бойко Є.І. Концептуальні підходи до прогнозування розвитку сільських територій /Є.І.Бойко//Регіональна економіка. – 2011. – №2. – С.7-15.
 27. Бородіна О.М. Теорія, політика та практика сільського розвитку / О. М. Бородіна [та ін.] ; за ред.: д-ра екон. наук., чл.-кор. НАН України О. М. Бородіної, д-ра екон. наук., чл.-кор. УААН України І. В. Прокопи ; НАН України, Ін-т економіки та прогнозування. - К. : Ін-т економіки та прогнозування, 2010. - 375, [1] с.

28. Бородіна О. Державна підтримка сільського господарства: концепція, механізми, ефективність: [Електронний ресурс]/О. Бородіна, – Режим доступу: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/enc3p/222398>.
29. Борщевський В.В. Розвиток сільських територій в системі євроінтеграційних пріоритетів України: [Монографія] за ред. В.Борщевського / ІРД НАН України, Львів. –2012 с.5
30. Борщевський В.В. Україна і Польща в умовах розширеного ЄС: економічна оптимізація та глобальне партнерство: Монографія /В.В. Борщевський.–Львів:Аверс, 2009.–244с.
31. Бьюнкен Дж. Расчет согласия / Д.Бьюнкен. – М.: Таурус Альфа, 1997.
32. Валова продукція сільського господарства України за 1990-2010 роки. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2011. – 48 с.
33. Валова продукція сільського господарства України за 2014 рік. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 27 с.
34. Витрати і ресурси домогосподарств України за 2014 рік. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 379 с.
35. Вишневська О.М. Інвестиційно-інноваційний розвиток аграрного сектора в умовах глобалізаційних змін і тенденцій / О.М.Вишневська // Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький, 2012. – № 4. Т. 2. – С. 136–139.
36. Власова Н.О. Тенденції концентрації у роздрібній торговельній мережі України / Власова Н.О., Ковінько О.С. // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів: ЛКА, 2012. – Випуск 39. – 168 с. – (Серія економічна)
37. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку: монографія/ [Копич І., Нестуля О., Апопій В. та ін.; за ред. В. Апопія, П. Балабана]. – Львів: Новий світ, 2014. – 565 с.
38. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку: Монографія / За ред. О.О. Шубіна, Я.А. Гончарука. – Донецьк-Львів: ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.

39. Глушков В.М., Иванов В.В. Яценко В.М. Моделирование развивающихся систем. М.: "Наука", 1983.
40. Гоголь Т.В. Багатофункціональний розвиток сільських територій – стратегічна мета державної регіональної політики:[Електронний ресурс]/Т.В. Гоголь //Державне управління: теорія та практика.–2011.– №1.–Режим доступу: <http://www.academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Gogol.pdf>
41. Гоголь Т. Сільські території як об'єкт державного регулювання / Т.В. Гоголь // Державне управління: теорія та практика : електронне наукове фахове видання. – Вип. 2(10). – 2009. – С. 4-5. – Режим доступу: http://www.academy.gov.ua/ej/ej10/doc_pdf/Gogol.pdf
42. Голошубова Н. О. Організація торгівлі : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / Голошубова Н. О. – 2-ге вид., переробл. та допов. – К. : Книга, 2012. – 680 с.
43. Голошубова Н.О Розвиток торговельних мереж в Україні. – Товари і ринки – 2011. – №1. – С. 15-24.
44. Голошубова Н.О. Роздрібна торговельна мережа України: стан і тенденції розвитку / Н.Голошубова // Економіка України. – К., 2008. – №9. – С.76.
45. Гривківська О.В. Забезпечення фінансової безпеки сільського господарства : монографія / О. В. Гривківська. - Т. : Астон, 2012. - 337 с.
46. Гудзинський О.Д. Система менеджменту інституціональної трансформації економіки України (теоретико-методологічний аспект): Таврійський державний агротехнологічний університет 265 колективна монографія / [О.Д.Гудзинський, С.М.Судомир, Ю.С.Гудзинська та ін.]; за заг. ред. О.Д. Гудзинського – К. : ТОВ «Аграр Медіа Груп», 2012. – 771 с.
47. Дем'яненко С.І. К вопросу о стратегии развития аграрного сектора экономики Украины // Економіка АПК, 2014, М.– с.15.
48. Дем'яненко С.І. Інноваційне зростання – основа стабільності агропромислового комплексу /С.І. Дем'яненко //Наука та інновації. –2005.– Т.1.–С.87-98.

49. Державна цільова програма сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року. (затв. Постановою КМУ від 03.02 2010 р. №121-р)
50. Діброва А. Д. Державне регулювання сільськогосподарського виробництва: теорія, методологія, практика : монографія / А. Д. Діброва. – К. : Формат, 2008. – 488 с.
51. Діяльність бірж, 2014. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 3 с.
52. Діяльність підприємств оптової торгівлі, 2014. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 5 с.
53. Діяльність підприємств сфери послуг , 2014. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 75 с.
54. Діяльність суб'єктів великого, середнього, малого та мікропідприємництва, 2013. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2014. – 224 с.
55. Діяльність суб'єктів господарювання (статзбірник) Держслужби статистики України К.2013. с.97; Показники господарсько-фінансової діяльності Укоопспілки. Київ.2013р.с.29
56. Діяльність суб'єктів господарювання, 2013. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2014. – 447 с.
57. Дмитрук Б.П. Організація біржової діяльності в агропромисловому комплексі : навч. посіб. для студ. екон. спец. вищих аграрних навч. закл. / Б. П. Дмитрук. - К. : Либідь, 2001. - 342 с.
58. Домогосподарства України (соціально-демографічні характеристики). – Держстат України. – 2013. табл.1.29.
59. Доржиева Е.В. Формирование и развитие конкурентоспособных агропромышленных кластеров на мезоуровне экономики : [монография] / Доржиева Е.В. – СПб : Изд-во Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2012. – 168 с.
60. Доходи та витрати населення за регіонами України за 2013 рік. Стат. збірник. К.: Держстат України, 2014. – 106 с.

61. Економічна активність населення України за 2014 рік. Стат. збірник. К.: Держстат України, 2015. – 207 с.
62. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 3 // Редкол.: ...С.В. Мочерний (відп. ред) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2002. – 952 с. 9.
63. Енциклопедія бізнесмена, економіста, менеджера // За ред. Р. Дяківа. – К.: Міжнародна економічна фундація, ТзОВ “Книгодрук”, 2000. – 704 с
64. Экономический строй социализма [монография] в 3-х томах: Т.3 – М. "Экономика" 1984. – 643 с.
65. Ємельянов А.М. Хозяйственный механизм АПК/В.Тихонов, М.Лезына, А.Эмельянов–М. Экономика 1984–286с.;
66. Єранкін О.О. Маркетинг в АПК України в умовах глобалізації [Текст] : монографія / О. О. Єранкін ; Державний вищий навчальний заклад "Київський національний економічний ун-т ім. Вадима Гетьмана". - К. : КНЕУ, 2009. - 419 с.
67. Єрмоленко В. Особливості формування категорії "сталий розвиток сільських територій": [Електронний ресурс]/В.Єрмоленко.–Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/nvnau_pravo/2010_156/10evm.pdf
68. Жувагіна І. О. Концептуальна модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємства роздрібної торгівлі /І. О. Жувагіна. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: dspace.nbuv.gov.ua/handle/123456789/33812.
69. Закон України "Про стимулювання розвитку регіонів". Порядок визначення і визнання територій депресивними (Наказ Мінекономіки України №235 від 02.03.2010р.).
70. Заробітна плата за професійними групами у 2012 році" (за матеріалами вибіркового обстеження). Стат. збірник. К.: Держстат України, 2013. – 167 с.
71. Засенко В.Е. Проблемы развития торговли: системно-эволюционный подход. СПб. Из-во СПбТЭИ. 2007 с.9

72. Збарський В.К. Розвиток сільських територій. Організаційно-правові форми в сільському господарстві : зб. наук. пр. економістів-аграрників / [Збарський В. К. та ін. ; за заг. ред. Музики П. М.] ; Львів. нац. ун-т вет. медицини та біотехнологій ім. С. З. Гжицького, Львів. аграр. палата. - Л. : Сполом, 2013. - 471 с.
73. Збарський В.К. Сталий розвиток сільських територій: проблеми і перспективи /В.К. Збарський // Економіка АПК – 2010. – №11 – С. 129-136.
74. Зовнішня трудова міграція населення України за 2007 рік (за матеріалами вибіркового обстеження). Стат. збірник. К.: Держстат України, 2009. – 120 с.
75. Илишева Н.Н. Анализ финансовой отчетности коммерческой организации. –М.: ЮНИТИ-Дана. 2006. – С.41-169.
76. Індеси споживчих цін за 2014 рік. Стат. збірник. К.: Держстат України, 2015. – 177 с.
77. Іртищева І.О., Потапенко О.М. Європейський досвід економічного розвитку сільських територій: проблеми адаптації // Економічна безпека держави і науково-технологічні аспекти її забезпечення: Праці ІІІ науково-практичного семінару з міжнародною участю (20–21 жовтня 2011 р.) / Відпов. ред. Є.М. Письменний, Н.В. Караєва. – Черкаси, 2011. – С. 197–204
78. Іртищева І.О., Сохнич А.Я. Інноваційний розвиток сільських територій: адаптація міжнародного досвіду в національних реаліях: Монографія. – Миколаїв: Дизайн та поліграфія, 2012. – 172 с.
79. Кавун О.О. Власні торговельні марки: сучасний стан і перспективи застосування в торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/inek/2012_8/176.pdf. Назва з екрану.
80. Калінеску Т.В. Стратегічний потенціал підприємства: формування та розвиток: моногр. / Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, О.Д. Кирилов. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2007. – 272 с.

81. Капітальні інвестиції в Україні у 2007-2011 роках. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2012. – 57 с.
 Кейнс Дж. Общая теория занятости, процента и денег: [пер. с англ.] / Дж. Кейнс: под ред. А. Милейковского. – М.: Прогресс, 1978. – 499 с.
82. Кент Т. Розничная торговля / Т. Кент, О. Омар; [пер. с англ.]. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 719 с.
83. Кириленко І.Г. Трансформація соціально-економічних перетворень у сільському господарстві України: проблеми, перспективи/ І.Г. Кириленко. – К.: ННЦ ІАЕ, 2005. – 452 с.
84. Кирилюк Є.М. Аграрний ринок в умовах трансформації економічних систем: монографія / Є. М. Кирилюк ; Держ. вищ. навч. закл. "Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". - К. : КНЕУ, 2013. - 571 с.
85. Ключник А.В. Зайнятість населення сільських територій: проблеми та стратегічні напрями їх вирішення // Регіональна економіка.– 2011.– №1. – С. 134–139.
86. Ключник А.В. Формування і розвиток економічного потенціалу сільських територій України: Монографія. – Миколаїв: Дизайн та поліграфія, 2011. – 468 с.
87. Ковальчук С.Я., Купінець Л.Є. Аграрні відносини в регіональних економічних системах : монографія / С. Я. Ковальчук, Л. Є. Купінець ; НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. НАН України. - О. : ІПРЕЕД НАН України, 2010. - 208 с.
88. Коломієць А. О. Механізм державного регулювання споживчих ринків на основі концепції консьюмеризму: автореф. дис. канд. наук з держ. управління: 25.00.02 / А. О. Коломієць. – Донецьк: Б.в., 2010. – 20 с.
89. Колчкова М.В. Аналіз структури та тенденції розвитку роздрібної торговельної мережі в Україні /М.В. Колчкова // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг. Вип. 1. Т.1: зб. наук, праць. - Харків: ХДУХТ, 2007. – С. 282-289.

90. Концептуальні засади системної розбудови сільського розвитку / Юрчишин В.В., Бородіна О.М., Нелеп В.М., Онищенко О.М., Осташко Т.О., Попова О.Л., Прокопа І.В., Скуній В.М., Шевченко Л.М., Щербатюк В.В. // Економіка АПК, 2007, №4 с.7-14.
91. Концепція державної цільової програми сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року: [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <http://www.uniflor.biz/law/kontseptsiya-do-2020-roku.html>.
92. Копич І.М., Нестуля О.О. та ін. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку [монографія] за ред. В.Апопія, П. Балабана. Львів "Новий Світ–2014 с. 10-14.
93. Коуз.Р. Фирма, рынок и право / Пер. с англ. – М.: Дело ЛТД, 1993. – 192с.
94. Косодій Р. Проблеми сільського розвитку в умовах глобалізації / Р. П. Косодій // Економіка АПК. – 2009. – № 4. – С. 132-138.
95. Кравченко В., Скрипка А. Основы кибернетики / "Экономика" 1974.
96. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 352 с.
97. Кудла Н. Багатофункціональний розвиток сільських територій від базових ідей до активізації місцевого підприємництва / Н. Кудла // Економіка України. – 2008. – № 1. – С. 62-71.
98. Куліш І.М. Кореляція державних програм розвитку села і реальних проблем дрібних селянських господарств /І.М. Куліш //Вісник економічної науки України, 2012. – №2(22).– С.57-59.
99. Куліш І.М. Функціонування Європейської мережі сільських територій: досвід для України /І.М. Куліш //Організаційно-економічні та правові проблеми розвитку сільського господарства та сільських територій: збірник наукових доповідей та статей. Ювіл. видання/За ред. проф. Ю. Губені та проф. С. Матковського. – Львів: Видавництво НВФ ТзОВ "Українські технології", 2012.–С.441-448.

100. Купівля матеріально-технічних ресурсів для виробничих потреб сільськогосподарськими підприємствами за 2014 рік. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 42 с.
101. Купинец Л.Е. Стратегические ориентиры и механизмы экономического обновления регионального агропромышленного комплекса : монография / Л. Е. Купинец ; НАН Украины, Ин-т проблем рынка и экон.-экол. исслед. - О. : ИПРЭЭИ НАНУ, 2008. - 380 с.
102. Куцик П. О. Організаційно-економічний механізм функціонування оптової торгівлі в ринковому середовищі : [монографія] / П. О. Куцик, М. Я. Вірт. – Львів : Вид-во ЛКА, 2011. – 320 с.
103. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання [Текст]: монографія / В.Д. Лагутін. – К.: КНТЕУ, 2008.–327 с.
104. Литвин Ю.О. Механізми державного регулювання соціально-економічного розвитку сільських територій України: теорія, методологія, практичні механізми реалізації : монографія / Ю. О. Литвин ; Дніпропетр. держ. аграр. ун-т. - Донецьк : Юго-Восток, 2012. - 386 с.
105. Лігоненко Л.О. Трансформаційні процеси в торгівлі України в умовах інтернаціоналізації [Монографія] / Л. Лігоненко, Г. Богославень, Г. Пиратовський та ін. – Київ КНТЕУ, 2009 – 334 с.
106. Лопатинський Ю.М. Трансформація аграрного сектора: інституціональні засади; Ін-т економіки та прогнозування НАН України. - Чернівці : Рута, 2006. - 344 с.
107. Лузан Ю.Я. Організаційно-економічний механізм забезпечення розвитку агропромислового виробництва України : [монографія] / Ю. Я. Лузан. - К. : ННЦ "Ін-т аграр. економіки", 2010. - 470 с.
108. Лопашук І.А., Апопій Г.В. Система торгівлі на селі, як об'єкт державного регулювання та підтримки // Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України: зб. наук. праць. — Вип. 6(116). — Львів: ДУ Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долишнього НАНУ, 2015. - С.110-114.

109. Лукинов И.И. Экономические и социальные проблемы агропромышленного комплекса . В 3-х томах. Т.1 Производственные ресурсы. – К.: Наукова думка, 1985.–375с.
110. Мазаракі, А. Перспективи розвитку внутрішньої торгівлі в Україні: критичний погляд [Текст] / А. Мазаракі, І. Бланк, Н. Гуляєва // Вісник КНТЕУ. — 2002. — №6. — С.3-29
111. Малиенко А.М. Альтернативный взгляд на аграрную реформу и политику в Украине / А. М. Малиенко [и др.] ; ред. А. М. Малиенко. - К. : [ІНЦ "Інститут аграрної економіки"], 2009. - 268 с.
112. Мамонова В.В. Методологія управління територіальним розвитком: монографія/ В.В. Мамонова. – Х.: Вид-во ХарРІДУ «Магістр», 2006.-196 с.
113. Манфред Краффт, Муралі Мантрала. Роздрібна торгівля у ХХІ столітті. Теперішні і майбутні тренди. Пер. з англ. Під редакцією Л. Савицької. – К. :Видавництво Олексія Капусти, 2008. – 462 с.
114. Мельник І.М. Особливості трансформації організаційної структури роздрібно торгівлі України / І.М.Мельник, М.Ю.Барна // Вісник Запорізького національного університету. – 2011. – № 1 (9). – С. 221-225.
115. Мельник Ю.Ф. Соціально-трудовий потенціал українського села: стан, проблеми, шляхи вирішення / Ю. Ф. Мельник [та ін.] ; Український НДІ продуктивності агропромислового комплексу. - К. : НДІ "Укragропромпродуктивність", 2007. - 352 с.
116. Мережа роздрібно торгівлі підприємств на 1 січня 2015 року. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 91 с.
117. Мережа роздрібно торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2014 року. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2014. – 125 с.
118. Месель-Веселяк В. Розвиток сільського господарства України (науково-методичне забезпечення) /В.Месель-Веселяк //Економіка АПК. – 2011.–№7.–С.49
119. Методика визначення обсягів продажу споживчих товарів населенню за усіма каналами реалізації та обороту роздрібно торгівлі (затвердж.

- Наказ Держкомстату від 14 січня 2005р., №5 зі змінами і доповненнями від 9 жовтня 2006р., №481).
120. Методичні підходи до оцінки соціально-економічного потенціалу розвитку сільських територій (наукова доповідь) /[В.В. Борщевський, Х.М. Притула, В.А. Крупін та ін.]; НАН України ІРД.– Львів, 2014.– 47 с.
 121. Мішенін Є.В. Проблема щодо багатовимірності сільського розвитку/Є.В. Мішенін, Р.П. Косодій //Економіка АПК.–2009.–№5.–С.133.
 122. Могильний О. М. Державна політика у розвитку сільських територій / О. М. Могильний // Економіка АПК. – 2010. – № 10. – С. 125-131.
 123. Мороз О.О. Інституціональна система аграрної економіки України / О. О. Мороз ; Вінницький національний технічний ун-т. - Вінниця : Універсум-Вінниця, 2006. - 438 с.
 124. Надходження та освоєння інвестицій у спеціальних (вільних) економічних зонах та на територіях пріоритетного розвитку України за інвестиційними проектами. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 57 с.
 125. Населення України за 2013. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2014. – 297 с.
 126. Національні рахунки України за 2013 рік . Стат. збірник. К.: Держстат України, 2014. – 155 с.
 127. Наявність і використання торгової мережі на ринках, 2014. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 42 с.
 128. Несільськогосподарська зайнятість в сільській місцевості України: [Електронний ресурс]/Інститут економічних досліджень та політичних консультацій.–Режим доступу: http://www.iercom.ua/f-iles/publications/Policy_papers-/German_advisory_group-/2005/U13_ukr.pdf
 129. Ніколенко С.С. Господарсько-політичний механізм як інституційна система підтримки економічної рівноваги у ринковій економіці //Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2014 №1 с.21

130. Никонов А.А. Научно-технический прогресс в агропромышленном комплексе. М.Агропромиздат, 1987.–272с.
131. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д.Норт. – М.: "Начала", 1997. – 180с.
132. Обзор розничного рынка Польши и тенденции, релевантные для украинского рынка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.rolandberger.ua/media/pdf/Roland_Berger_Retail_Conference_2010_1028.pdf. Название с экрана.
133. Ойкен В. Основные принципы экономической политики: Монография. – М.: Прогресс, 1995. – 496 с
134. Онищенко А.М. Агропромышленные комплексы / А.Онищенко, Ю.Лебединский. – К.: "Наукова думка", 1978 –250с.
135. Онищенко О., Юрчишин В. Сільське господарство, село і селянство України у дзеркалі пострадянської аграрної політики // Економіка України. – 2005. – №5. – С.4-13.
136. Оптова і біржова торгівля України. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2014, 2015. – 64 с.
137. Організація торгівлі: підручник /І.П.Міщук, В.М.Ребіцький, С.І. Рудницький [та ін.]; за ред. Апопія В.В. – 3-тє вид., оновлен. – К. : Центр навчальної літератури, 2009. – 632 с.
138. Основні засоби України 2000-2010 роки. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2012. – 57 с.
139. Основні економічні показники виробництва продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах за 2014 рік. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 84 с.
140. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Укоопспілки за 2000 рік. Стат. збірник. – К. : УКС, 2001. – 131 с

141. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Укоопспілки за 2010 рік. Стат. збірник. – К. : УКС, 2011. – 107 с.
142. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Укоопспілки за 2011 рік. Стат. збірник. – К.: УКС, 2012.-173 с.
143. Основні показники сільськогосподарської діяльності домогосподарств у сільській місцевості за 2014 рік. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 33 с.
144. Основні сільськогосподарські характеристики домогосподарств у сільській місцевості за 2014 рік. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 81 с.
145. Осташко Т.О. Ринкова трансформація аграрного сектора / Т. О. Осташко ; НАН України, Ін-т екон. прогнозування. - К. : Фенікс, 2004. - 280 с.
146. Павлов О.І. Сільський розвиток як результуюча функціонування сільських територій та аграрної сфери //Еконгоміка АПК. 2013, №1 с.82
147. Павлов О.І. Сільські території України: функціонально-управлінська модель: монографія /О.І. Павлов.–Одеса: Астропринт, 2009 .– 344с.
148. Пантелеева О.И. Особенности реализации программ развития сельских территорий в США и странах Евросоюза / О.И. Пантелеева // Международный сельскохозяйственный журнал. – 2010. – № 4. – С. 9 – 10.
149. Пасхавер Б.Й. Виклики і шляхи агропродовольчого розвитку / Б. Й. Пасхавер [та ін.] ; ред. Б. Й. Пасхавер ; НАН України, Ін-т економіки та прогнозування. - К. : [б.в.], 2009. - 432 с.
150. Перевищення рівня витрат над наявними доходами з 2000 року органи статистики пояснюють грошовими переказами та гуманітарною допомогою від нерезидентів [Статистичний щорічник України за 2010р. Держстатслужба. К 2011, с.387]

151. Петриченко В.Ф. Стратегічні напрями розвитку аграрного сектору економіки на період до 2010 року / Збірник матеріалів XIX різних зборів Всеукраїнського конгресу вчених-економістів аграрників К., 2013, с.21.
152. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств АР Крим, областей за 2013 рік. Стат. Збірник. – К.: УКС, 2014. – 54 с.
153. Поленкова М. Сталий розвиток сільських територій у контексті проблем сільського розвитку: [Електронний ресурс] /М.Поленкова.–Режим доступу: http://www.confkontakt.com/20111222/4_polenkova.php.
154. Попова О. Л. Сталий розвиток агросфери України: політика і механізми : монографія / О. Л. Попова ; НАН України ; Ін-т екон. та прогнозування. – К., 2009. – 352 с.
155. Посівні площі сільськогосподарських культур під урожай за 2014 рік. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 53 с.
156. Праця України за 2014 рік. Стат. збірник. К.: Держстат України, 2015. – 281 с.
157. Притула Х. М. Сучасні тенденції розвитку сільських територій України та економічно розвинених країн: порівняльний аналіз / Х. М. Притула, В. Є. Крупін // Наук. вісн. НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.11. – С. 335-345.
158. Про затвердження Програми розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року: Постанова Кабінету Міністрів України від 24 червня 2009 р. № 632 // Офіційний вісник України. – 2009. – № 47. – Ст. 1584.
159. Про Стратегію сталого розвитку “Україна 2020” [Електронний ресурс] : Указ Президента України № 5/2015 від 12.01.2015 р. —Режим доступу : <http://www.president.gov.ua/documents/18688.html>.
160. Проблеми та перспективи розвитку сільських територій України (на прикладі Карпатського регіону) : наук.-аналіт. доп. / [В. В. Борщевський, Х. М. Притула, В. Є. Крупін, І. М. Куліш] ; НАН України ; Ін-т регіон. дослідж. [наук. ред. В. В. Борщевський]. – Львів, 2011. – 60 с.

161. Продаж і запаси товарів у торговій мережі, 2014. Стат. Збірник. I том (роздрібний товарооборот підприємств). – К.: Держстат України, 2015. Стат. Збірник. – 20 с.
162. Продаж і запаси товарів у торговій мережі, 2014. Стат. Збірник. II том (товарна структура). – К.: Держстат України, 2015. – 163 с.
163. Прокопа І. Яка модель агросектору необхідна Україні? [Електронний ресурс]/І.Прокопа, О. Бородіна. //Дзеркало тижня.–2012.–№18.–Режим доступу: http://dt.ua/economics/yaka_model_agrosektoru_neobhidna_ukrayini_-102318.html.
164. Прокопа І.В. Сільські території України: дослідження і регулювання розвитку / І.Прокопа // Економіка України. 2007.– №6. – с.580.
165. Прокопа І.В. Соціальні аспекти розвитку сільських територій / І.В. Прокопа // Економіка АПК. – 2005. – № 11 (133). – С.48–51.
166. Радченко В.П. Концепция интегрированного маркетинга сельской территории /В.П. Радченко: [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cyberleninka.ru>.
167. Регіони України за 2013 рік. Частина I. Стат. збірник. К.: Держстат України, 2014. – 299 с.
168. Регіони України за 2013 рік. Частина II. Стат. збірник. К.: Держстат України, 2014. – 733 с.
169. Ринки реального сектору економіки України в інституціональному середовищі СОТ: кон'юнктура та інтеграція [монографія] / За ред.В.О.Точиліна. – К., 2012. – С.86-104.
170. Рішення XIV зборів Всеукраїнського конгресу вчених-економістів аграрників (К., 2012р.) з розгляду проблеми: "Стратегія розвитку аграрного сектора економіки на період до 2020 року". – НААН ННУ "Інститут аграрної економіки". – К., 2013. – 752с.
171. Роздрібна торгівля України у 2014 році. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 152 с.

172. Рослинництво України за 2014 рік. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 180 с.
173. Розподіл постійного населення України за статтю та віком на 1 січня 2015 року. Стат. збірник. К.: Держстат України, 2015. – 349 с.
174. Русан В.М. Організаційно-економічні інструменти державної аграрної політики в Україні : аналіт. доп. / В.М. Русан, О.В. Собкевич, А.Д. Юрченко. – К. : НІСД, 2012. – 88 с.
175. Рябоконь В.П. Зайнятість населення у контексті стратегічних напрямів розвитку аграрного сектору економіки /Стратегія розвитку аграрного сектору економіки на період до 2012 року [Збірник матеріалів Всеукраїнського конгресу вчених-економістів аграрників. К.-2013]–753с.
176. Саблук П. Аграрна політика і трансформаційні зміни в сільському господарстві України періоду становлення ринку/П. Саблук //Трансформація сільського господарства та села: ювілейний збірник наукових статей. – Львів: ЛНАУ, 2010. – С.43.
177. Саблук П.Т. Розвиток сільських територій – запорука відродження аграрної України / П.Саблук // Вісник аграрної науки. – 2006. – №5 с.21-23.
178. Саблук П.Т. Розвиток сільських територій в контексті забезпечення економічної стабільності держави // Економіка АПК, 2005. – №11. – С.7.
179. Самооцінка домогосподарствами України рівня своїх доходів за 2014 рік. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 92 с.
180. Самуельсон П. Економіка: [підручн.] – Л.: "Світ", 1993. – С.62.
181. Семенов В.В., Витвицька О.Д. Інноваційно-інвестиційні процеси в аграрному секторі: нормативний аналіз та економічні методи дослідження впливу на суспільний добробут : монографія / В. В. Семенов, О. Д. Витвицька, М. М. Кулаєць, В. А. Скрипченко ; за ред. канд. техн. наук В. В. Семенова ; Нац. ун-т біоресурсів і природокористування України, Ін-т демографії та соц. дослідж. НАН України. - К. : ННЦ "Ін-т аграр. економіки", 2009. - 292 с.

182. Семин С.И. Экономические основы агропромышленных комплексов: М: Изд. "Колос" 1973.–103с.
183. Сільське господарство України, 2014. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 379 с.
184. Сингур Н.М. Межотраслевые связи и агропромышленная интеграция. Кишинев "Штиница". 1977–195с.
185. Сіренко Н.М. Управління стратегією інноваційного розвитку аграрного сектора економіки України : монографія / Н. М. Сіренко ; Миколаїв. держ. аграр. ун-т. - Миколаїв : [Дизайн та поліграфія], 2010. - 415 с.
186. Система регулювання внутрішньої торгівлі України: [монографія] / В.Апопій, М.Копич, О.Біла та ін. – К.: Академвидав, 2012. – С.5.
187. Системні вади ринку праці України та пріоритети його реформування: аналітична доповідь / за ред. Я. А. Жаліла. – К. : НІСД, 2010. – 47 с.
188. Ситник Н.С. Модернізація внутрішньої торгівлі України. [Монографія] –Львів: "Новий Світ" 2013. с.72-86.
189. Соціально-економічне становище сільських населених пунктів України за 2013 рік.). Стат. збірник. К.: Держстат України, 2014. – 187 с.
190. Соцдослідження на тему: "Соціально-економічне становище сучасного українського села". – Х., 2013р. www.institute.gorchenin.ua.
191. Соціально-демографічні характеристики домогосподарств України за 2014 рік. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 87 с.
192. Соціальні індикатори рівня життя населення за 2014 рік.). Стат. збірник. К.: Держстат України, 2015. – 214 с.
193. Соціально-економічне становище сучасного українського села (Всеукраїнське соціологічне дослідження info@gorchenin.ua)
194. Співробітництво між Україною та країнами ЄС за 2014 рік. Стат. збірник. К.: Держстат України, 2015. – 270 с.
195. Спільна аграрна політика Європейського Союзу: можливості та виклики для України: Аналітична доповідь / І. В. Клименко, М. Г. Бугрій, І. В. Ус. – К. : НІСД, 2011. – 19 с

196. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання : [монографія] / За ред.Л.Лігоненко. – К.: КНТЕУ, 2007. – С.43-57.
197. Сталий розвиток українських сільських територій: [Електронний ресурс]/ Режим доступу: <http://blogs.korrespondent.net/users/blog/angubar/a66909>.
198. Стан торгової мережі, 2014. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 4 с.
199. Статистичний щорічник України за 2014 рік [за ред. Жук І.М. – К.: Держстат України, 2015. – 552 с.
200. Структура обороту роздрібної торгівлі та ресторанного господарства, 2014 . Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 4 с.
201. Супіханов Б.К. Розвиток ринків аграрної продукції : монографія / Б. К. Супіханов ; ННЦ "Ін-т аграр. економіки" УААН. - Вид. 2-ге, доп. та перероб. - К. : ННЦІАЕ, 2009. - 530 с.
202. Тваринництво України за 2014 рік. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 211 с.
203. Теорія, політика та практика сільського розвитку / за ред. д-ра екон. наук, чл.-кор. НАНУ О. М. Бородіної, д-ра екон. наук, чл.-кор. УААН І. В. Прокопи ; НАН України ; Ін-т екон. та прогнозування. – К., 2010. – 376 с.
204. Тинберген Я., Бос Х. Математические модели экономического роста / Пер с англ.; Ред. М.М. Голанский. – М.: Прогресс, 1967. – 174 с
205. Тихонов В.А. Прибавочный продукт АПК. Изд. "Наука" 1982–275с.
206. Ткачук В.І. Диверсифікація сільської економіки: соціально-економічний ефект/В.І. Ткачук, Н.М. Куцмус //Економіка АПК. –2009.– №4.–С.131.
207. Торговельна інфраструктура агропродовольчого ринку України [монографія] (за ред. проф.В.Апопія. – Львів "Новий світ", 2013. – 316 с.
208. Транченко Л.В. Формування та регулювання ринку праці на селі: теорія, методологія, практика: монографія / Л.В. Транченко. – Умань: Уманське комунальне видавничо-поліграфічне підприємство, 2012. – 586 с.

209. Уемов А. Системы и системные исследования /в кн."Проблемы методологии системного исследования М."Мысль" 1970.
210. Україна 2014. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 28 с.
211. 197. Україна в цифрах 2014. Стат. Збірник. – К.: Держстат України, 2015. – 237 с.
212. Украина: чья земля? : [аналит. докл.] / Агентство концептуал. анализа проектирования и упр. "Концепт". - К. : ПУЛЬСАРЫ, 2012. - 78 с.
213. Українська модель аграрного розвитку та її соціоекономічна переорієнтація: наук. доп. /[О.М. Бородіна, В.М.Геєць, А.О.Гуторов та ін.]; за ред. В.М. Геєця. О.М.Бородіної, І.В. Прокопи; НАН України, Ін-т екон. та прогнозів. –К., 2012.–56с.
214. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка: навч.-метод. посіб. для самостійного вивчення дисципліни / О.С. Федонін, І.М. Рєпіна, О.І. Олексюк ; Міністерство освіти і науки України, Київський національний економічний університет. Київ : КНЕУ, 2005. – 261 с.
215. Ферни Дж. Принципы розничной торговли / Дж. Ферни, С. Ферни, К. Мур; [пер. с англ.]. – М. : Олимп-Бизнес, 2008. – 416 с.
216. Формування галузевих ринків України: перехідний період/ [за ред. В.О. Точіліна]. – К.: Фенікс, 2004. – 332 с.
217. Футало Т.В. Формування конкурентних систем у сфері торгівлі [монографія] Львів Вид-во ЛКА 2006 с.11
218. Хайэк Ф.А. Дорога к рабству [пер. с англ.] / Новое изд-во, 2005. – 264с.
219. Чисельність наявного населення України на 1 січня 2015 року. Стат. Збірник. К.: Держстат України, 2015. – 111 с.
220. Чорна М.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств роздрібної торгівлі: теоретико-методологічні засади та практичний інструментарій [Монографія] М. Чорна – Харків ХДУХ Т 2010 – 426 с.
221. Юр'єва П.Б. "Науково-організаційні засади розвитку торговельної сфери України" [кандидатська дисертація]. Національний ун-т податкової служби України – Ірпінь – 2010–334 с.

222. Юрчишин В.В. Аграрна політика в Україні на зламах політичних епох : іст.-соц.-екон. нариси / В. В. Юрчишин ; НАН України, Ін-т економіки та прогнозування. - К. : Наукова думка, 2009. - 367 с.
223. Юрчишин В. До проблеми невідповідності суспільної долі сучасного вітчизняного селянства віковичним надбанням історично-селянського роду України/В.Юрчишин//Економіка АПК.–2011.–№10.–С.111.
224. Юрчишин В.В. Село і селяни України в системі історично і суспільно зумовлених вітчизняних національних цінностей/ В.В. Юрчишин// Економіка АПК – 2011. – № 2– С. 87-99.
225. Юрчишин В.Ю. Сільський розвиток: основи методології та організації/ В. Юрчишин, О. Онищенко// Економіка України. – 2006. - №10 – С. 4-13.
226. Agri-food trade in 2014: EU-US interaction strengthened. [Електронний ресурс] European commission, 2015. Режим доступу: http://ec.europa.eu/agriculture/trade-analysis/map/2015-1_en.pdf
227. Apopiy H. The Formation of the institutional Environment of rural Trade / H. Apopiy // Journal of Research on Trade, Management and Economic Development, vol. 2. – 2015. - № 1. P. 33 - 37.
228. European Commission (2004): The Common Agricultural Policy Explained. Directorate General for Agriculture, Brussels.
229. FAO Statistical Yearbook 2013: World Food and Agriculture. – Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2013. – 289 p.
230. Friedman M. Money and Economic Development. – NY, 1973.
231. Gálvez-Nogales E. Agro-based clusters in developing countries: staying competitive in a globalized economy. – FAO, Rome, 2010. – 106 p.
232. Looijen A. European Agricultural Clusters: how can European Agricultural Clusters be measured and identified? / A. Looijen, W. Heijman // Economics of Agriculture. – 2013. – № 2. – P. 337–353.
233. Promoting Farm/Non-Farm Linkages for Rural Development - Case Studies from Africa and Latin America: [Електронний ресурс] / [B.Davis, T.Reardon,

- K.Stamoulis, P.Winters]; Food and Agriculture Organization of the United Nations. – Режим доступа: <http://www.fao.org/docrep/005/y4383e/#Contents>
234. Rural Development policy 2007-2013 : [Электронный ресурс] / Режим доступа : http://ec.europa.eu/agriculture/rurdev/index_en.htm.

ДОДАТКИ

Додаток А

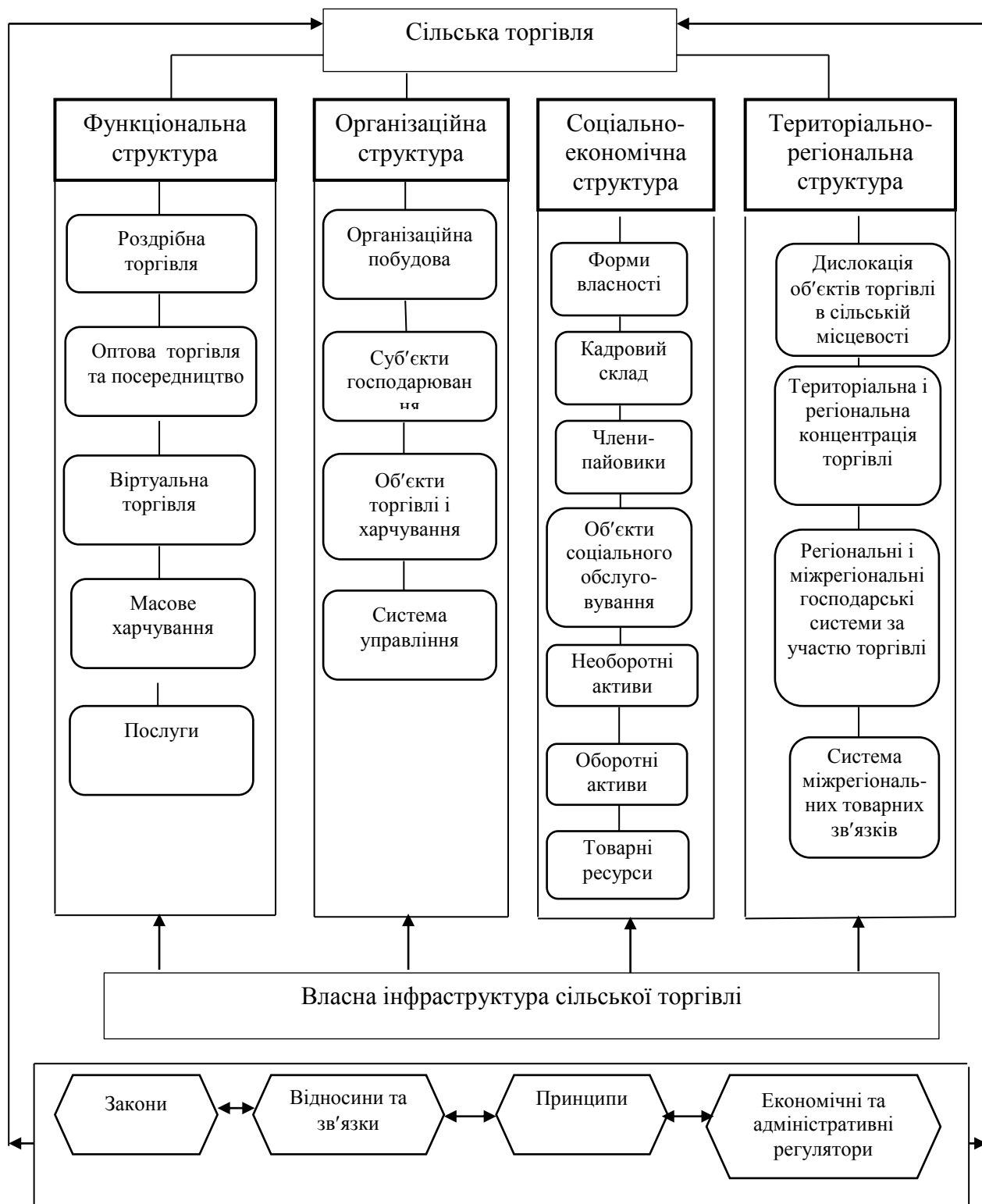


Рис. А.1. Структура сільської торгівлі (розробка автора)

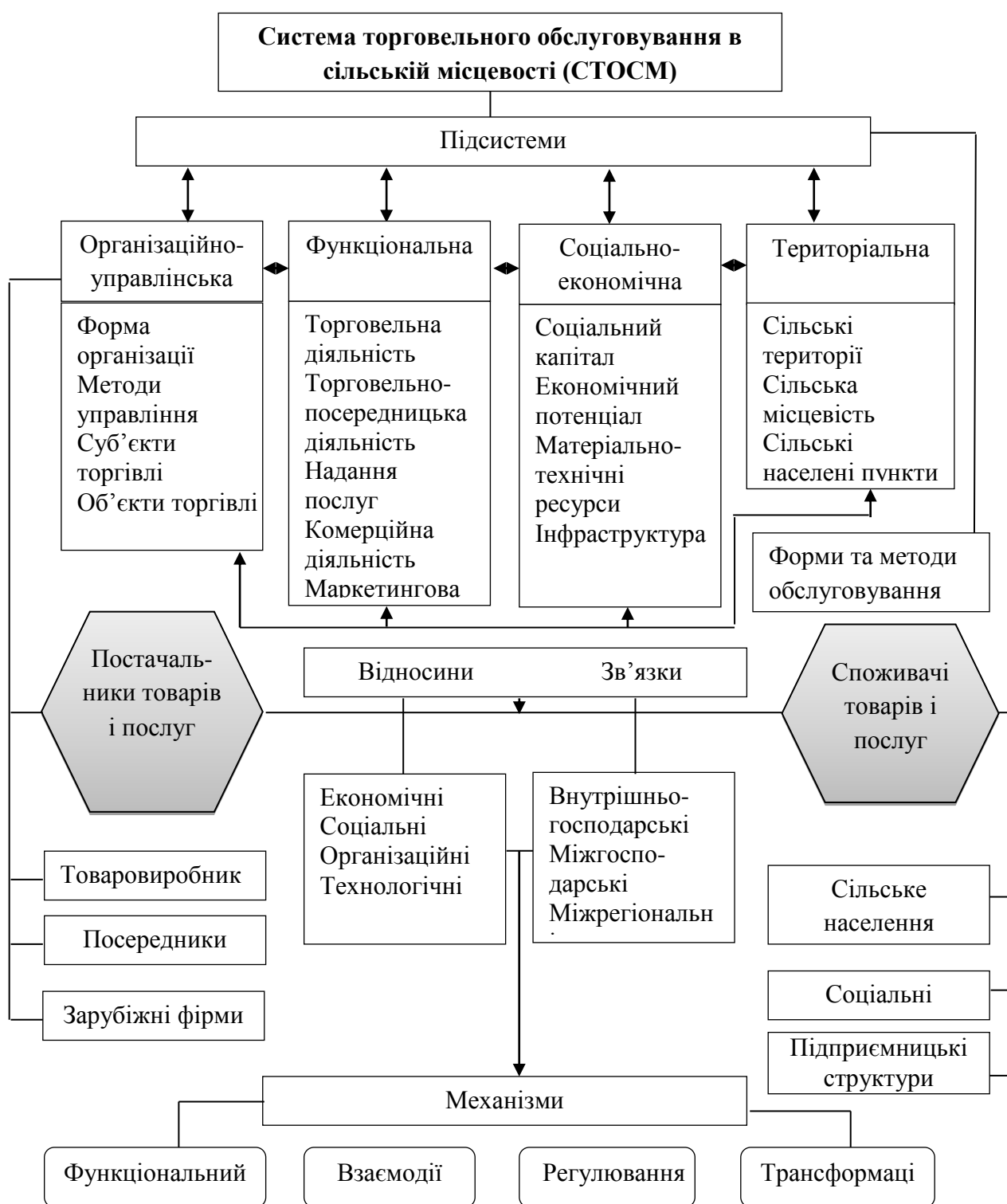


Рис. Б.1. Складові системи торговельного обслуговування в сільській місцевості (розробка автора)

Додаток В

Таблиця В.1.

**Принципи розвитку і трансформації системи торговельного
обслуговування (розробка автора)**

Принципи	Зміст принципу
1	2
I Базові (загальні) принципи	
1. Науковість	Розвиток і функціонування СТОСМ на базі наукових теорій, методологічних підходів і методичних положень, обґрунтованих у фундаментальних наукових працях
2. Системність (с.13)	
3. Керованість	Означає можливість управління процесами, змінами в торгівлі ринковими та адміністративними методами
4 Регульованість	Характеризує сільську торгівлю як регульовану територіальну систему механізмами та інструментами економічного і державного регулювання
5. Свобода вибору	Означає свободу торговельного підприємництва, вільний вибір видів діяльності і розпорядження отриманими результатами
6. Інноваційність	Передбачає розвиток сільської торгівлі, постійне її якісне оновлення на інвестиційно-інноваційних засадах
7. Фізична та економічна доступність сільських споживачів	Слід розуміти оптимальне розташування об'єктів торгівлі на сільських територіях, нормативне забезпечення населення об'єктами торгівлі і торговельними площами, цінова доступність споживачів до товарів і послуг
8. Конкурентоспроможність	Визначається як спроможність успішно розвиватися і конкурувати в інтенсивному конкурентному середовищі
II Організаційно-управлінські	
1. Структурованість	Означає цілісність організаційної структури, спроможної забезпечити успішне функціонування торгівлі в межах сільських територій
2. Адаптивність	Передбачає спроможність до організаційної динаміки, оперативних змін і трансформацій відповідно до змін зовнішнього середовища
3. Системність	Вимагає впорядкування структурних елементів, їх розвиток і самоорганізацію в єдиній системі зв'язків і відносин, формування підсистем, отримання синергічного ефекту
III Функціональні	
1. Оптимальність	Виражає організацію оптимальних бізнес-процесів, організаційних структур, прийняття оптимальних рішень, що можуть привести до максимального результату при оптимальних витратах
2. Ефективність	Віддача від використання ресурсів відносно їх витрат в сфері діяльності торгівлі, тобто рентабельну діяльність
3. Погодження інтересів	Означає узгодженість інтересів і цілей суб'єктів торгівлі в процесі взаємодії із суб'єктами сільської економіки
4. Гнучкість	Передбачає диверсифікацію діяльності господарюючих суб'єктів, переключення торгівлі на виконання нових завдань на сільських територіях
5. Самоокупність	Відшкодування витрат, капіталовкладень і отримання прибутку у заплановані терміни
6. Соціальна відповідальність	Відображає соціальний характер взаємо-відносин між торговельними суб'єктами і споживачами, між торгівлею і суспільством проявляються в балансі інтересів сторін

Додаток Г
Таблиця Г.1.

**Склад і структура середовища розвитку системи торговельного
обслуговування (розробка автора)**

Склад середовища	Структура середовища	
	Зовнішнє середовище	Внутрішнє середовище
I. Соціально-економічне середовище	Форми і відносини власності. Мультифункціональність економіки села. Соціально-економічне становище сільських територій	Соціально-економічний потенціал торгівлі. Масштаби територіальної діяльності. Соціальна спрямованість і відповідальність сільської торгівлі
II. Соціально-демографічне середовище	Склад і структура сільського населення. Міграція, трудові ресурси і зайнятість. Поселенська мережа, структура	Трудові ресурси. Кадровий склад. Людський капітал. Територіальне розміщення торговельної мережі.
III. Соціально-культурне середовище.	Сільський уклад, спосіб життя. Традиції, звичаї, культура. Матеріальні і духовні потреби.	Асортиментна політика. Культура торгівлі.
IV. Економічне середовище	Виробничий та економічний потенціал аграрної сфери. Модель економічного розвитку аграрного сектору економіки. Доходи суб'єктів господарювання та сільського населення, їх платоспроможність. Економічна безпека.	Економічний базис торгівлі. Економічні результати торговельної діяльності. Економічна ефективність функціонування.
V. Організаційно-економічне середовище	Організаційні форми, моделі, структури. Концентрація, спеціалізація, диверсифікація діяльності. Інтеграція, кооперування.	Організаційна побудова і статус об'єктів торгівлі. Типізація об'єктів торгівлі.
VI. Природно-економічне середовище	Природні умови. Екологічні умови.	Екологічна безпека.
VII. Інституціональне середовище	Державна аграрна політика. Нормативно-законодавче забезпечення сільського розвитку. Підприємництво.	Торговельна політика. Нормативне регулювання. Трансакційні витрати.
VIII. Ринкове середовище	Ринкові відносини. Ринкові моделі і структури. Ринкові форми і методи господарювання. Ринкові механізми.	Ринкові методи торговельної діяльності. Ринкові механізми взаємодії і регулювання.
IX. Конкурентне середовище	Форми конкуренції. Інтенсивність конкуренції.	Конкурентний потенціал торгівлі. Конкурентоспроможність об'єктів торгівлі.
X. Інвестиційно-інноваційне середовище	Інвестиційна привабливість сільських територій. Інвестиційна активність. Інноваційна доступність.	Інвестиційна діяльність. Інноваційний розвиток.

Додаток Д
Таблиця Д.1.

**Аналіз середовища розвитку системи торговельного обслуговування на
сільських територіях (розробка автора)**

Основні аспекти розвитку сільської торгівлі	Соціально-економічне середовище	Економічне середовище	Інституційне середовище
1	2	3	4
Сприятливі умови торгівлі			
1. Матеріально-технічна база	Можливість розвитку комбінованих і диверсифікованих об'єктів торгівлі	Стимулювання інвестиційно-інноваційного розвитку. Порівняно низька орендна плата.	Суттєва деформація забезпеченості населення торговельними площами і наявність можливостей для її вирівнювання.
2. Товарно-ресурсне забезпечення і асортиментна політика	Рівень споживання продтоварів не досягають мінімальних норм. Якісні зміни в структурі споживання. Зростання попиту на сільгосптехніку, сільгоспінвентар, інноваційні товари	Зростання масштабів товарного виробництва в аграрній сфері. Структурні зміни в агропромисловому виробництві. Збільшення частки органічного, аграрного виробництва. Впровадження стандартів безпеки та якості продукції.	Відсутність адміністративних бар'єрів доступу до товарних ресурсів і сільського ринку.
3. Організація і управління торгівлею	Зростання матеріальних, духовних і культурних потреб сільського населення. Стимулювання соціоекономічного підходу в розвитку сільських територій. Широкі можливості надання населенню торговельних послуг	Підвищення рівня доходів сільського населення. Зростання платоспроможності суб'єктів господарювання в аграрній сфері. Сприятлива аграрна економічна політика. Свобода торговельного підприємництва.	Демонополізація торгівлі. Конкурентне середовище. Лібералізація торгівлі. Свобідний вибір організаційно-правових форм торгівлі.
4. Фінансово-економічна система торгівлі	Денатуралізація доходів сільського населення. Широкі можливості реалізації доходів населення і підприємств.	Ліберальна цінова політика. Ринкові економічні механізми. Свобідний розподіл прибутку. Інвестиційна привабливість торгівлі.	Спрощений режим оподаткування.

Продовження таблиці Д.1.

1	2	3	4
5. Соціальна функція торгівлі.	Не задіяні трудові ресурси на селі. Значні резерви для підвищення соціальної ефективності торгівлі.	Фізична і економічна доступність сільського населення до товарів і торговельних послуг.	Соціальний захист сільського населення і державна підтримка суб'єктів сільської економіки.
Несприятливі умови розвитку торгівлі			
1. Матеріально-технічна база	Деградація сільських населених пунктів. Погіршення поселенської структури. Стійка тенденція розміщення об'єктів торгівлі у крупних сільських поселеннях і райцентрах	Низький рівень інфраструктурного забезпечення функціонування об'єктів торгівлі. Тривалі терміни окупності торговельних об'єктів.	Відсутність державної підтримки розвитку торгівлі у віддалених і депресивних районах. Некерований розвиток торговельних мереж.
2. Товарно ресурсне забезпечення і асортиментна політика	Високий рівень натурального споживання. Орієнтація попиту переважно на продтовари.	Неприпустимо низькі темпи розвитку збутових і маркетингових кооперативів. Значна деформація каналів реалізації продукції.	Монополія посередницьких структур в реалізації агропродовольчих ресурсів.
3. Організація і управління торгівлею	Абсолютне домінування приватної форми власності в сільських територіях	Обмежені можливості організації нових типів підприємств торгівлі і видів спеціалізації. Вузький набір форм і методів торгівлі. Ризикованість торговельної діяльності.	Відсутність торговельної політики і стратегії розвитку торгівлі на селі. Деградація кооперативної торгівлі.
4. Фінансово-економічна система сільської торгівлі	Безробіття і бідність сільського населення. Нестабільність джерел доходів сільського населення.	Високий рівень витрат обертання. Низька прибутковість. Малодоступні кредитні ресурси. Низький рівень економічної ефективності торгівлі.	Низька інвестиційна активність. Надмірний податковий прес на сферу торгівлі.
5. Соціальна функція торгівлі на селі.	Високий рівень міграції покупок сільським населенням у містах.	Низька соціальна відповідальність торговельного бізнесу.	Відсутність правової бази розвитку соціальних магазинів.

Додаток Е

Таблиця Е.1.

**Форми участі сільської торгівлі у реалізації державної аграрної політики
(розробка автора)**

№ з/п	Основні положення аграрної політики	Форми участі торгівлі у реалізації завдань аграрної політики	Очікувані результати
1.	Формування соціальної інфраструктури сільських поселень	Розвиток мережі об'єктів торгівлі, ресторанного господарства і сервісу	Покращення інфраструктурного забезпечення соціального розвитку сільських територій
2.	Забезпечення матеріальних потреб сільського населення	Організація продажу продовольчих і непродовольчих товарів, а також надання послуг сільським жителям	Задоволення потреб сільського населення в товарах і послугах, забезпечення фізичної і економічної доступності до послуг торгівлі
3.	Покращення умов життя сільського населення та підвищення рівня життєоблаштування	Розширення торгівлі будівельними і лісоматеріалами в сільській місцевості, господарськими товарами культурно-побутового та соціально-культурного призначення	Збільшення та якісне оновлення житлового фонду на селі, полегшення сільського побуту, підвищення соціально-культурного рівня життя
4.	Стимулювання розвитку підприємництва в сільській місцевості	Диверсифікація підприємницької діяльності в сфері торгівлі, засвоєння нових видів бізнесу: торгівля медичними препаратами, паливно-мастильними матеріалами, організація ресторанного господарства, нових видів сервісу	Розвиток мультифункціональної економіки в сільській місцевості як основи для розширення сфери застосування праці та підвищення рівня доходів сільського населення
5.	Вдосконалення системи міжгалузевих економічних відносин і паритетності в процесі відтворення	Використання ринкових механізмів в процесі обміну і перерозподілу прибутку та оптимізації цін. Інтеграція торгівлі в господарські системи за участю аграрних підприємств, розвиток кооперативних засад	Усунення диспропорцій у міжгалузевій взаємодії, забезпечення фінансово-економічної стабільності розвитку і функціонування аграрного сектору функціонально пов'язаних галузей
6.	Демонополізація та детінізація каналів реалізації сільгосп-продукції	Інфраструктурне забезпечення функціонування аграрного ринку за рахунок нових структур та активізації каналів	Створення конкурентоспроможного і ефективного функціонуючого аграрного ринку в Україні

Додаток Ж

Таблиця Ж.1.

Розрахунковий обсяг товарообороту роздрібної мережі в сільській місцевості

Показники	Од. виміру	Роки									
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
I. Україна											
1. Роздрібний товарооборот мережі юридичних осіб	млрд. грн.	94,3	130,0	178,2	246,9	231,0	280,9	350,1	405,0	433,1	438,3
2. Роздрібний товарооборот мережі фізичних осіб-підприємців	млрд. грн.	80,1	107,8	146,9	209,1	213,3	260,6	335,1	407,1	455,7	463,6
	% до загального обороту	46,4	45,3	46,7	46,0	48,0	48,1	48,8	50,1	51,2	51,4
3. Коефіцієнт розрахунку (Е) обороту		0,427	0,362	0,364	0,347	0,346	0,345	0,340	0,330	0,336	0,341
II. Сільська місцевість											
1. Роздрібний товарооборот мережі юридичних осіб	млрд. грн.	7,1	10,1	13,1	17,4	18,1	23,3	29,4	32,3	35,0	37,7
2. Роздрібний оборот торговельних об'єктів фізичних осіб-підприємців	млрд. грн.	23,9	25,4	22,8	21,8	17,2	19,8	20,3	18,8	18,9	22,5
	% до загального обороту	77,1	71,5	63,5	55,6	48,7	45,9	40,8	36,7	36,4	37,4
3. Коефіцієнт розрахунку ($E_{т.ф.с.}$)	$E_{т.ф.с.} = \frac{E}{\bar{C}} \times E$	0,771	0,716	0,636	0,557	0,488	0,460	0,409	0,368	0,353	0,374
4. Товарооборот роздрібної мережі в сільській місцевості	млрд. грн.	31,0	35,5	35,9	39,2	35,3	43,1	49,7	51,1	53,9	60,2

Примітка. Розрахунки автора. Методика розрахунку товарообороту використовується з 2005 року

Додаток 3

Таблиця 3.1.

**Реалізація грошових доходів сільського населення через торгівлю в
сільській місцевості**

Показники	Од. виміру	Роки										2014/ 2005, раз
		2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Грошові доходи	грн. на 1 особу	4413	5288	6597	9066	9861	11586	12942	14533	16410	18715	4,2 р.
Споживчі витрати: - продовольчі товари - непродовольчі товари	грн. на 1 особу	3109	3618	4262	6333	7084	8131	9173	10022	13521	17412	5,6 р.
		1972	2170	25074	3696	4285	4839	5328	5703	6382	9037	4,6 р.
		1008	1275	1537	2275	1949	2316	2773	3079	4759	6059	6,0 р.
Всього товарів	грн. на 1 особу	2980	3447	4041	5971	6234	7155	8101	8785	11141	15096	5,1 р.
Роздрібний товарооборот ¹ сільської торгівлі	грн. на 1 особу	2026	2366	2425	2616	2434	2972	3475	3598	3593	4108	2,0 р.
Частка товарообороту сільської торгівлі сумі придбаних населенням товарів ²	%	67,9	68,7	60,0	43,8	39,6	41,5	42,8	40,9	32,2	27,2	х
Охоплення товарооборотом сільської торгівлі споживчих витрат	%	65,1	65,3	56,8	41,3	34,3	36,5	37,8	35,9	26,5	23,6	х
Реалізація доходів сільського населення через сільську торгівлю	%	45,9	44,7	36,7	28,8	24,6	25,6	26,8	24,7	21,8	22,0	х

Примітка. ¹Врахований товарооборот підприємств та фізичних осіб-підприємців

²Без послуг

Розраховано автором на основі: Соціально-економічна характеристика домогосподарств (статзбірник). – Державна служба статистики України, К., 2015

Додаток К

Таблиця К.1.

Кількісні та структурні зміни в роздрібній мережі у сільській місцевості

Роки	Магазини підприємств торгівлі						
	Кількість магазинів (од.)	Їх торг.площа тис. кв.м	Кількість напівстаціонарних об'єктів (од.)	Усього об'єктів торгівлі (од.)	Частка на селі %	Забезпеченість на 10 тис. осіб	
						об'єктами торгівлі (од.)	торговою площею, м ²
2000	29813	1816	3618	33431	38,2	21	1137
2005	18966	1173	2850	21816	33,9	14	779
2010	13360	951	2978	16338	27,8	11	663
2011	12688	941	2831	15519	26,2	11	660
2012	11383	853	2540	19923	24,0	10	602
2013	10191	817	2421	12612	21,4	10	580
2014	8804	732	2060	10864	21,9	7	552
2014/ 2000 %	29,5	40,3	56,9	32,5	X	33,3	48,5
Об'єкти торгівлі фізичних осіб-підприємців							
2005	34060	2300	6250	40310	26,0	26	1066
2014	36800	2520	15800	52600	28,0	35	1680
Об'єкти ресторанного господарства							
Роки	Кількість об'єктів (од.)	В них посадочних місць (тис)	Частка об'єктів розташованих на селі			Забезпеченість на 10 тис.осіб	
2000	10277	442	31,0	x	X	7	277
2005	8096	382	29,6	x	X	5	254
2010	7513	404	32,1	x	X	5	282
2011	7187	378	31,1	x	X	5	265
2012	7037	365	32,5	x	X	5	258
2013	6554	346	31,8	x	X	5	246
2013/ 2000%	63,7	78,2	x			71,4	88,8
Об'єкти харчування фізичних осіб-підприємців							
2005	6960	230	24,0	x	X	4	153
2013	7759	237	25%			5	158

Примітка. Розраховано автором на основі: Мережа роздрібної торгівлі та підприємств (статбюлетень). Державна служба статистики України, К., 2015

Додаток Л

Таблиця Л.1.

Показники ефективності та фінансової стійкості торгівлі

Група показників	Показники	Розрахунок показника	Рекомендоване значення показника
Оцінка ефективності використання активів	Фондовіддача активів	$\Phi_a = \frac{T_o}{A_n + A_o};$ T_o – товарооборот A_n – необоротні активи A_o – оборотні активи	
	Фондовіддача основних фондів	$\Phi_{of} = \frac{T_o}{OF}$ T_o – товарооборот OF – середньорічна вартість основних фондів	
	Фондовіддача оборотних засобів	$\Phi_{oz} = \frac{T_o}{OZ}$ T_o – товарооборот OZ – середньорічна величина основних засобів	
	Рентабельність операційної діяльності	$P_{od} = \frac{\Pi_p}{B_{on}} \times 100;$ Π_p – прибуток B_{on} – витрати операційної діяльності	
	Рентабельність необоротних активів	$P_{na} = \frac{\Pi_p}{A_n} \times 100;$ Π_p – прибуток A_n – середньорічна величина необоротних активів	
	Рентабельність оборотних засобів	$P_{ob} = \frac{\Pi_o}{OZ} \times 100;$ Π_o – прибуток операційної діяльності за врахуванням кредиту OZ – середньорічна вартість оборотних засобів	

Продовження таблиці Л.1.

Прибутковість господарської діяльності	Рентабельність сукупного капіталу	$P_{ск} = \frac{П_p}{K_A};$ $П_p - \text{прибуток від звичайної діяльності}$ $K_A - \text{середня величина авансованого капіталу}$	
	Чиста рентабельність	$P_{ч} = \frac{П_{пч}}{A_n + A_o} \times 100;$ $П_{пч} - \text{чистий прибуток}$ $A_n - \text{активи необоротні}$ $A_o - \text{активи оборотні}$	
	Рентабельність власного капіталу	$P_{вк} = \frac{П_{пч}}{K_в};$ $П_{пч} - \text{чистий прибуток}$ $K_в - \text{власний капітал}$	
	Норма прибутку	$H_{np} = \frac{П_p}{B_n} \times 100;$ $П_p - \text{прибуток до оподаткування}$ $B_n - \text{виторг-нетто}$	$\geq 0,1-0,25$
Ефективність продажу товарів і послуг	У розрахунку на одну грн. товарообороту:		
	- валовий прибуток	$E_n = \frac{П_{пв}}{T_{от}};$ $П_{пв} - \text{прибуток валовий}$ $T_{от} - \text{товарооборот}$	
	- операційний прибуток	$E_o = \frac{П_{по}}{T_{от}};$ $П_{по} - \text{операційний прибуток}$ $T_{от} - \text{товарооборот}$	
	- операційні витрати	$E_{ов} = \frac{O_в}{T_{оз}};$ $O_в - \text{операційні витрати}$ $T_{оз} - \text{товарооборот}$	
	Частка операційних витрат у валовому прибутку	$Ч_{\Delta} = \frac{O_в}{П_{пв}} \times 100;$ $O_в - \text{операційні витрати}$ $П_{пв} - \text{валовий прибуток}$	

Продовження таблиці Л.1.

Оцінка ліквідності і фінансової стійкості	Коефіцієнт фінансової незалежності	$K_{\phi n} = \frac{K_{\phi}}{B_{\phi}};$ K_{ϕ} – власний капітал B_{ϕ} – валюта балансу	$\geq 0,5$
	Коефіцієнт поточної ліквідності	$K_{\text{пл}} = \frac{A_o}{\Pi_z};$ A_o – активи оборотні Π_z – поточні зобов'язання	
	Коефіцієнт концентрації запозиченого капіталу	$K_{\kappa} = \frac{K_z}{B_{\phi}}$ K_z – капітал запозичений B_{ϕ} – валюта балансу	$\leq 0,5$
	Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами	$K_{zo} = \frac{K_{ov}}{A_o};$ K_{ov} – власний оборотний капітал A_o – оборотні активи	$\geq 0,1$
	Коефіцієнт мобільності власного капіталу	$K_{\text{м}} = \frac{K_{ov}}{K_{\phi}};$ K_{ov} – власний оборотний капітал K_{ϕ} – власний капітал	$\geq 0,3-0,5$
	Коефіцієнт фінансової стійкості	$K_{\phi c} = \frac{D_z + \Pi_z}{K_{\phi}};$ D_z – довгострокові зобов'язання Π_z – поточні зобов'язання K_{ϕ} – власний капітал	

Примітка. Складено за [12; 28]

Додаток М

Таблиця М.1.

Ефективність реалізації сукупного потенціалу роздрібної торгівлі селі
(2014р.)

Показники	Розрахунок	Фактичне значення показника	Примітка
Віддача сукупних ресурсів	$B_c = \frac{P_{oc}}{H_a + O_a + \Phi_z} = \frac{36938}{3667 + 3486 + 1200} = 4,4$ <p>де B_c – віддача ресурсів; P_{oc} – роздрібний товарооборот на селі млн.грн. H_a – вартість необоротних активів млн.грн.; O_a – оборотні активи в запасах млн.грн. Φ_z – фонд оплати праці найманих працівників;</p>	1 грн. сукупних ресурсів формує 4,4 грн. роздрібно-го товаро-Обороту	Організований сектор сільської торгівлі
Пропускна спроможність роздрібної мережі	$Ч_{mc} = \frac{P_{oc}}{P_z} = \frac{36938}{427461} \times 100 = 8,6\%$ <p>$Ч_{mc}$ – частка товарообороту сільської торгівлі P_{oc} – роздрібний товарооборот на селі млн. грн. P_z – загальнонаціональний товарооборот млн.грн.</p> $Ч_{cn} = \frac{K_{cn}}{K_{zn}} = \frac{13,3}{42,9} \times 100 = 31,0\%$ <p>де $Ч_{cn}$ – частка сільського населення % K_{cn} – кількість сільського населення K_{zn} – загальна кількість населення</p>	розрив між торгівлею у містах та сільській місцевості 10, 6 рази міське населення перевищує сільське у 3,2 рази	Розрив не повинен перевищувати 3,2 рази, а фактично він сягає 10,6 разів
Ступінь охоплення сільською торгівлею купівельних фондів населення	$C = \frac{H_{до}}{T_{ол}} \times 100 = \frac{18,7}{4,1} \times 100 = 22,0\%$ <p>де C – ступінь охоплення фондів населення, % $H_{до}$ – наявні доходи на одного жителя села (тис.грн) $T_{ол}$ – товарооборот на одного жителя села в рік (тис.грн)</p>	Торгівля на селі охоплює 22,0% доходів сільського населення	Організований сектор торгівлі
Операційні витрати в роздрібній торгівлі	$O_v = B_m + O_n + C_v + I_v = 90\% + 1,7\% + 0,6\% + 7,7\% = 100\%$ <p>де O_v – операційні витрати B_m – вартість товарів і послуг O_n – витрати на оплату праці C_v – соціальні заходи I_v – інші витрати</p>	97-98 коп. на 1 грн. роздрібно-го товаро-Обороту	Витрати обертання в сільській торгівлі також суттєві – до 25% до товарообороту
Рентабельність товаро-обороту	$P_m = \frac{П_p}{P_{oc}} \times 100 = \frac{120,9}{4634,4} \times 100 = 2,6\%$ <p>де P_m – рентабельність товарообороту, % $П_p$ – чистий прибуток млн.грн. P_{oc} – роздрібний оборот млн.грн.</p>	2,6%	Розраховано на основі даних кооперативної роздрібної торгівлі, яка здійснює свою діяльність на селі

Примітка. Розраховано автором за даними Держслужби статистики України; Укоопспілки;

Мінекономіки і торгівлі.

Додаток Н*Таблиця Н.1.*

Регіональна дислокація об'єктів організованого сектору роздрібної торгівлі і забезпеченість сільського населення торговельними площами
(2014р.)

Області України	Кількість сільських населених пунктів	Чисельність населення тис.- осіб	Середня людність одного поселення осіб	Кількість магазинів од.	Забезпеченість населення		Один магазин обслуговує населених пунктів (од.)	Один об'єкт торгівлі обслуговує населених пунктів
					магазинами од.	торг. площа ми кв.м		
Україна	28388	13256	467	8804	7	552	3,2	2,6
Вінницька	1457	796	546	822	10	961	1,8	1,4
Волинська	1054	497	472	370	7	850	2,8	2,3
Дніпропетровська	1435	537	374	289	5	628	5,0	3,7
Донецька	1118	402	360	149	4	226	7,5	5,8
Житомирська	1613	518	321	448	9	527	3,6	3,0
Закарпатська	579	792	1368	372	5	357	1,6	1,1
Запорізька	914	404	442	241	6	410	3,8	2,5
Івано-Франківська	765	780	1020	341	4	270	2,2	1,8
Київська	1126	654	581	838	13	2033	1,3	1,1
Кіровоградська	991	365	368	292	8	476	3,4	2,7
Луганська	780	292	374	84	3	136	9,3	8,4
Львівська	1850	991	536	634	6	354	2,9	2,9
Миколаївська	885	371	419	242	7	411	3,7	3,0
Одеська	1124	793	706	269	3	422	4,2	2,7
Полтавська	1805	553	306	469	8	444	3,9	3,2
Рівненська	999	607	608	521	9	629	1,9	1,6
Сумська	1458	355	243	302	9	546	4,8	3,3
Тернопільська	1022	594	581	352	6	313	2,9	2,5
Харківська	1677	531	317	129	2	180	13,0	7,6
Херсонська	658	414	629	179	4	236	3,7	2,5
Хмельницька	1414	571	404	495	9	587	2,9	2,6
Черкаська	824	542	658	346	6	425	2,4	1,9
Чернівецька	398	520	1307	175	3	161	2,2	1,7
Чернігівська	1466	377	257	445	12	1446	3,3	3,0

Примітка. Розраховано автором за даними: Роздрібна торгівля України у 2014 р. (статзбірник) - Державна служба статистики України, К., 2015

Додаток П



Рис. П.1. Структура управління соціально-економічним розвитком сільських і торгівлі (розробка автора)

Додаток Р

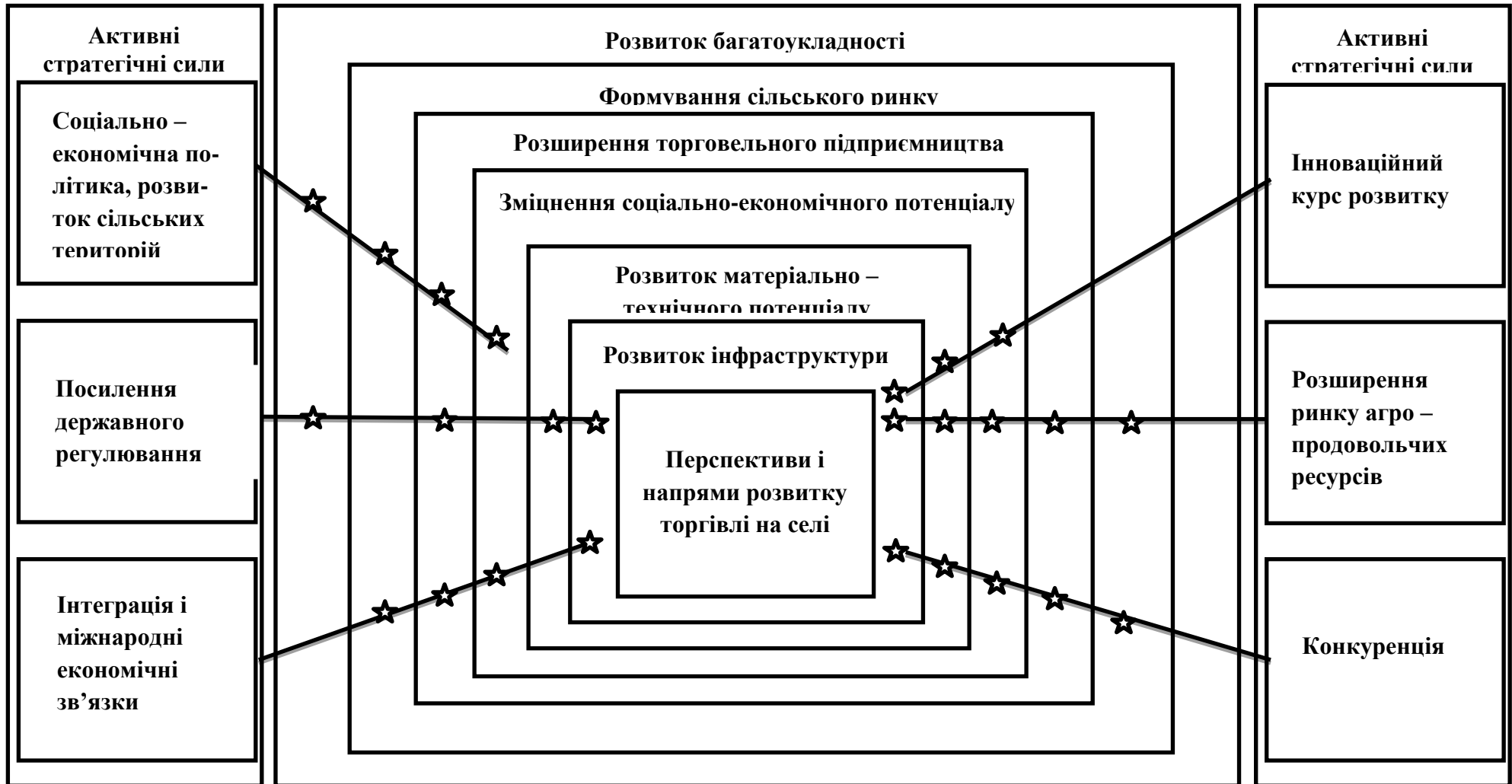


Рис.Р.3. Вплив активних стратегічних сил на формування перспективних напрямів розвитку сільської торгівлі (розробка автора)

Додаток С

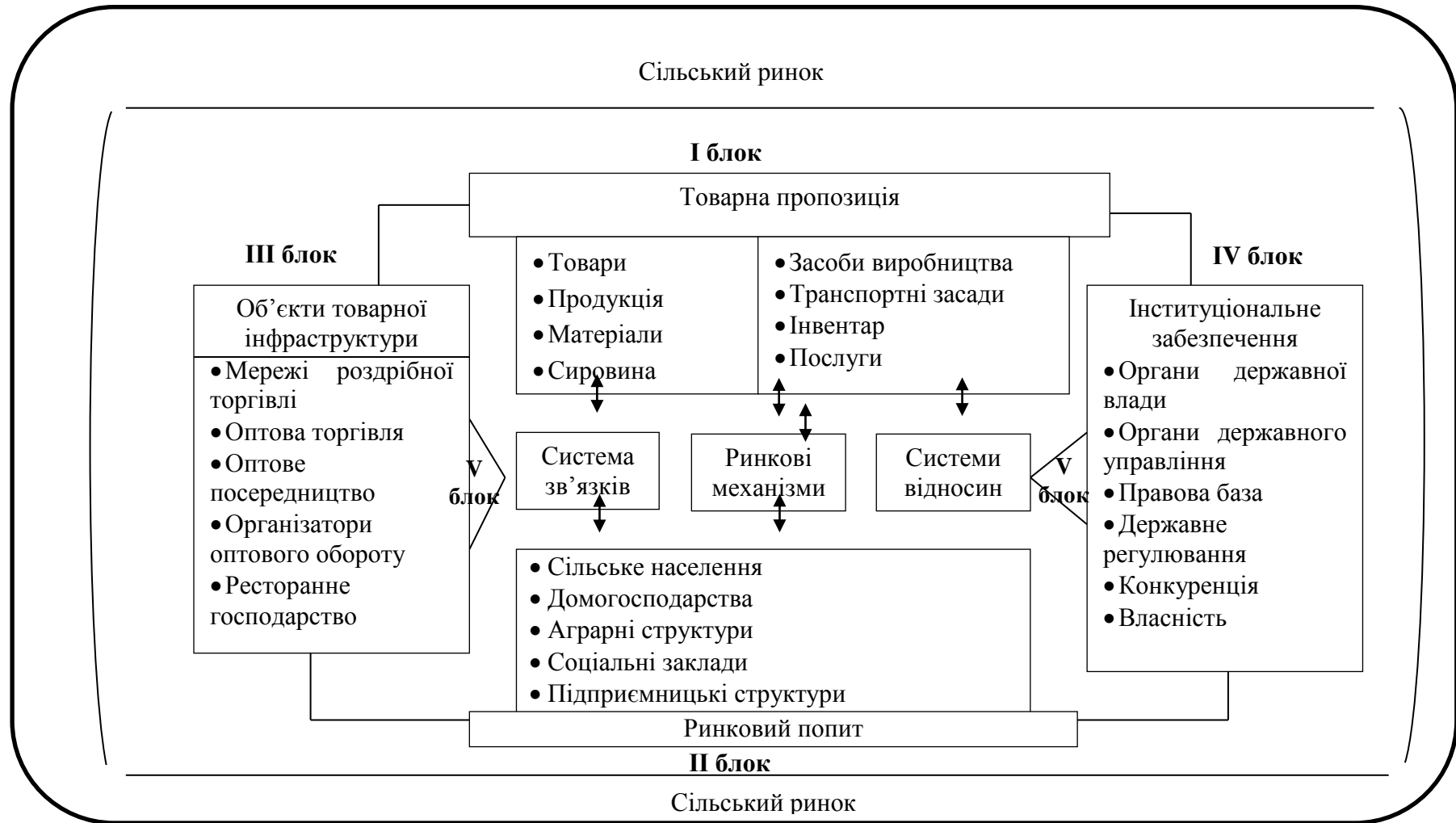


Рис. С.15. Структурна модель сільського ринку (розробка автора)

Додаток Т
Таблиця Т.1.

**Основні напрями вдосконалення і оновлення правової бази розвитку
торгівлі (розробка автора)**

Вид документу	Назва документу	Форма вдосконалення	
		Створити, прийняти	Оновити, доповнити
Закони України, Кодекси	Закон України "Про внутрішню торгівлю"	+	-
	Закон України "Про захист прав споживачів"	-	+д
	Закон України "Про споживчу кооперацію"	-	+о
	Господарський Кодекс України		
	Закон України "Про оптові ринки сільськогосподарської продукції"	-	+д
Концепції	Концепція державної торговельної політики	+сп	-
Стратегії	Стратегія модернізації внутрішньої торгівлі	+сп	-
	Стратегія розвитку оптової торгівлі	+сп	-
Програми	Програма розвитку роздрібно торгівлі	+сп	-
	Програма розвитку сільської торгівлі регіону	+сп	-
Постанови КМУ Правила Положення Інструкції	Постанова КМУ "Про затвердження Державної цільової економічної програми підтримки розвитку сільськогосподарських кооперативів на період до 2015 р."	-	+о
	Постанова КМУ "Деякі питання організації діяльності продовольчих, непродовольчих та змішаних ринків"	-	+д
	Указ Президента України "Про заходи щодо забезпечення формування та функціонування аграрного ринку"	-	+д
	"Порядок провадження торго-вельної діяльності та правила торговельного обслуговування на ринку споживчих товарів"	-	+о
	"Правила продажу продовольчих товарів"	-	+о
	"Правила продажу непродовольчих товарів"	-	+о
	"Правила торгівлі на ринках"	-	+о
	"Правила роботи дрібнороздрібної мережі"	-	+о
	"Правила роботи підприємств громадського харчування"	-	+д
	"Положення про постачання товарів в оптову торгівлю"	+сп	-
	"Особливі умови поставки товарів"	+сп	-
	"Порядок провадження оптово-посередницької діяльності"	+сп	-
	Постанова КМУ "Про створення і організації діяльності соціальних магазинів і об'єктів харчування"	+сп	-
	"Інструкція з прийомки товарів за кількістю та якістю в сфері торгівлі"	+сп	-

Продовження таблиці Т.1.

Стандарти Норми Нормативи	Роздрібна та оптова торгівля: Стандарти торговельного обслуговування	-	+о
	"Основні поняття. Терміни і визначення"	+сп	-
	Держстандарти на товари і послуги	+сп	-
	Норми природних витрат в роздрібній і оптовій торгівлі	+сп	-
	Норми товарних запасів	-	+о
	Нормативи забезпеченості населення торговельними площами	+сп	-

Примітка. Скорочення: +с – створити документ; +п – прийняти офіційно; +сп – створити і прийняти; +о – оновити; +д – доповнити.

Додаток У
Таблиця У.1.

Вплив держави на основні аспекти розвитку і функціонування сільської торгівлі (розробка автора)

Об'єкт впливу	Цільова спрямованість впливу	Засоби впливу
Організаційна структура сільської торгівлі, її територіальна організація і організаційна побудова	Створення умов для багатуукладності торгівлі та відновлення функцій кооперативної торгівлі Стимулювання розвитку юридичних осіб і звуження неорганізованого сектору торгівлі Нормативне забезпечення сільського населення торговельними об'єктами і торговельними площами з метою полегшення фізичного доступу населення до торговельних послуг Структурна перебудова роздрібних мереж, раціональна спеціалізація і типізація об'єктів торгівлі	Закон України "Про внутрішню торгівлю" Програма розвитку роздрібною торгівлі Нормативне забезпечення сільського населення торговельними площами магазинів Програма розвитку сільської торгівлі (регіони)
Операційна діяльність суб'єктів сільської торгівлі	Посилення державного контролю і нагляду за дотриманням порядку провадження торговельної діяльності, правил торгівлі, інструкцій, регламентів Вплив на асортиментну політику торговельних підприємств з метою збільшення соціально-значущих товарів і продукції вітчизняного виробництва Підвищення культури та якості обслуговування	"Порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування на споживчому ринку" Програма розвитку сільської торгівлі (регіону) Соціальні стандарти торговельного обслуговування
Модернізація сільської торгівлі	Стимулювання комплексної модернізації сільської торгівлі з метою якісного її оновлення і зміни характеру розвитку – з кількісного зростання на інтенсивний розвиток Активізація інноваційної діяльності сільської торгівлі з метою впровадження сучасних торговельних технологій – електронних комунікацій, систем організація і управління	Стратегія модернізації внутрішньої торгівлі
Фінансово-економічна діяльність сільської торгівлі	Фінансово-інвестиційна підтримка розвитку і функціонування сільської торгівлі через пільгові кредити, субсидії в депресивних районах Оптимізація податкового навантаження Вплив на систему ціноутворення з метою стабілізації роздрібних цін на соціально значущі товари	Програма розвитку роздрібною торгівлі Концепція державної торговельної політики
Конкуренція	Сприяння у формуванні конкурентного середовища і впровадження нецінових (переважно інноваційних методів конкуренції) Забезпечення легалізації торговельної діяльності і суттєвого скорочення "тіньового обороту"	Закон України "Про внутрішню торгівлю"



УКРАЇНА

ВСЕУКРАЇНСЬКА ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ
(УКРКООПСПІЛКА)

вул. Хрещатик, 7/11, м. Київ, 01601
тел.: 044 226 20 43 факс: 044 279 10 39
uks@coop.com.ua www.coop.com.ua

18.01.2016 № 05/02
на № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження в практику Апоп'єм Генадієм Вікторовичем
результатів дисертації на тему: "Формування ефективної системи
торгівлі в умовах розвитку сільських територій"

В Україні сільська торгівля досягла значних масштабів і займає особливе місце в соціальній сфері і багатофункціональній економіці села. Проте, стратегічні завдання соціальної політики держави на селі, перспективні перетворення сільських територій і глобальні тенденції розвитку аграрного сектору національної економіки вимагають суттєвої активізації діяльності сільської торгівлі в межах нової структурної моделі за участю споживчої кооперації.

У зв'язку з цим значний практичний інтерес для кооперативної торгівлі представляють отримані Апоп'єм Г.В. наукові результати. Зокрема:

1. Обґрунтування засад багатокладності сільської торгівлі, розширення масштабів і функцій оптової та роздрібної торгівлі споживчої кооперації, її інтеграція в економіку села для створення якісно нового ринку - сільського ринку.
2. Інституціональні механізми підвищення соціально-економічної ролі кооперативної торгівлі на селі, активна її державна підтримка в організації обслуговування населення малих, віддалених, депресивних сільських районів, відповідних паритетів у взаємодії держави і споживчої кооперації.
3. Залучення споживчої кооперації до формування ефективно-функціонуючого аграрного ринку, створення сучасної дистрибутивної системи аграрної продукції на підприємницько-кооперативних засадах.

Зазначені положення і результати дисертаційного дослідження Апоп'є Г.В. прийняті Укоопспілкою до розгляду для впровадження і практичної реалізації.

Перший заступник голови
Правління

М. В. Людвічук



**СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ
(СПОЖИВСПІЛКА ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

вул. Технічна, 1, м. Львів, 79001
тел. (032) 261-35-47, факс (032) 261-35-64
E-mail: lviv_spilka@mail.lviv.ua

18. 01. 2016р. № 01-6/04-1

Голові спеціалізованої вченої
ради з захисту дисертації

ДОВІДКА
про впровадження в практику Анонієм Генадієм Вікторовичем
результатів дисертаційного дослідження на тему:
"Формування ефективної системи торгівлі в умовах
розвитку сільських територій"

Наукові положення і результати отримані в процесі дослідження зазначеної теми представляють значний інтерес для споживчої кооперації Львівського регіону. З метою їх вивчення і практичної реалізації Правлінням облспоживспілки прийнято до розгляду наступні рекомендації автора дисертації:

- розширення масштабів кооперативної торгівлі на селі при активній підтримці держави і органів місцевого самоврядування особливо в депресивних сільських районах і малих поселеннях;
- створення мережі локальних оптових ринків сільськогосподарської продукції за активною участю кооперативних підприємств і організацій області їх інтеграції в систему зв'язків аграрного сектору.

Крім того, цінними для практики споживчої кооперації Львівщини є положення про стратегічні напрями перетворень соціальної сфери і економіки сільських територій, зростання ролі сільської торгівлі, а також висновки про відновлення функцій споживчої кооперації у багатоукладній сільській економіці. Всі ці положення будуть докладно проаналізовано для практичних цілей.

Голова правління
споживспілки Львівської області



[Handwritten signature]

М. Ванівський



УКРАЇНА

ЧЕРНІВЕЦЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ

ДЕПАРТАМЕНТ АГРОПРОМИСЛОВОГО РОЗВИТКУ

вул. М. Грушевського, 1, м. Чернівці, 58010, тел./факс: (0372) 55-35-09, тел. 55-32-17,

E-mail: chrefapk@cv.ukrtel.net Код ЄДРПОУ 38536252

28.01.2016 № 04-1/2-169 На № _____ від _____

Голові спеціалізованої вченої ради

Довідка про впровадження Г.В. Апоп'єм результатів дисертаційного дослідження на тему «Формування ефективної системи торгівлі в умовах розвитку сільських територій»

Розвиток сільських територій займає особливе місце в сучасній державній політиці, що передбачає якісне зростання багатофункціональної сільської економіки та соціальної сфери. У зв'язку з цим, значний інтерес для практики представляють наукові результати фундаментальних досліджень щодо активізації ролі торгівлі у розвитку ринку агропродовольчих ресурсів. Зокрема:

- Оптимізація каналів реалізації аграрної продукції, скорочення посередницьких ланок, стимулювання прямих зв'язків для створення інтеграційних господарських систем;

- Організація сучасних форм дистрибуції аграрної продукції (оптових аграрних ринків, контрактних компаній, ф'ючерсних аграрних бірж, кооперативних об'єднань тощо) з метою забезпечення широкої доступності товаровиробників до ринків збуту, формування справедливих цін і досягнення еквівалентного обміну аграрної продукції.

Крім того, для державних органів регіонального управління цінними є рекомендації Апоп'є Г.В. щодо створення на селі конкурентної системи торговельного обслуговування, відновлення функцій споживчої кооперації та підвищення ролі торгівлі у розвитку соціальної сфери. Зазначені результати і рекомендації прийняті до розгляду для практичної реалізації Департаментом агропромислового розвитку Чернівецької обласної державної адміністрації.

Директор Департаменту



О.Варжевський



УКРАЇНА
ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ
**ДЕПАРТАМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ,
ТОРГІВЛІ ТА ПРОМИСЛОВОСТІ**

ЄДРПОУ 385 57560, 79008, м. Львів, вул. В. Винниченка, 18, тел. 261-21-55 тел./факс. 235-60-80
E-mail: gue@loda.gov.ua

Від 13.01.16р № 4-32-71 На № _____ від _____

*Голові спеціалізованої вченої ради
з захисту дисертації*

ДОВІДКА

**про впровадження в практику результатів
дисертаційного дослідження Анопія Г.В. на тему:
"Формування ефективної системи торгівлі в умовах
розвитку сільських територій"**

Соціально-економічні перетворення на селі вимагають активізації участі торгівлі у їх реалізації, що зумовлює необхідність узгодженого її розвитку зі всіма складовими сільської економіки і відповідних структурних трансформацій в межах державної аграрної політики. У зв'язку з цим отримані результати і рекомендації Анопія Г.В. представляють значний інтерес для розвитку сільських територій Львівської області, зокрема:

1. Обґрунтування щодо оптимізації соціальної структури торгівлі на селі, створення умов для розвитку торговельних систем різних форм власності, диверсифікації торговельної діяльності у відповідності до потреб сільського ринку.
2. Рекомендації щодо вдосконалення дистрибуції агропродовольчих ресурсів, розвитку нових форм і методів оптової реалізації продукції (локальних оптових ринків, біржової торгівлі, збутових кооперативів, електронної торгівлі), детінізації обороту товарних ресурсів.

Зазначені обґрунтування і рекомендації прийняті до розгляду і впровадження управлінням торгівлі, послуг і розвитку споживчих ринків департаменту економічного розвитку, торгівлі та промисловості облдержадміністрації.

Заступник директора департаменту –
начальник управління торгівлі,
послуг та розвитку споживчих ринків



Я.В. Пелиховський



УКРАЇНА
УКООПСІЛКА
**ЧЕРНІВЕЦЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ
ЕКОНОМІКО-ПРАВОВИЙ КОЛЕДЖ**
1 провулок Кармелюка, 6, м. Чернівці, 58003
tel.: (0372) 530-592, fax: (0372) 58-56-95, e-mail: koopkoleg@gmail.com, web: college.cv.ua

UKRAINE
UKOOPSPILKA
**CHERNIVTSI COOPERATIVE
COLLEGE OF LAW AND ECONOMY**
1 prov. Karmeliuka, 6, Chernivtsi, 58003

Директор ЧКПЕК, к.е.н.
С.А. Кошкарів



Акт

про впровадження дисертаційного дослідження
Апопія Геннадія Вікторовича
на тему: «Формування ефективної системи торгівлі
в умовах розвитку сільських територій»
у навчальний процес

Чернівецького кооперативного економіко-правового коледжу
від 2 лютого 2016 р., м. Чернівці

Акт складено комісією у складі:

Голова- директор ЧКПЕК, к.е.н. Кошкарів С.А.

Члени комісії:

- в.о. завідувачої відділенням
економіки та комп'ютерних технологій, Ткачук Е.Ю.
- голова циклової комісії
комерційних та комп'ютерних дисциплін, Мартинюк Н.А.

Комісія провела роботу про визначенню фактичного впровадження результатів дисертаційного дослідження Апопія Геннадія Вікторовича на тему «Формування ефективної системи торгівлі в умовах розвитку сільських територій» у навчальний процес відділення економіки та комп'ютерних технологій Чернівецького кооперативного економіко-правового коледжу.

Комісія розглянула такі матеріали:

1. Дисертаційну роботу Апопія Геннадія Вікторовича на тему «Формування ефективної системи торгівлі в умовах розвитку сільських територій».
2. Робочі програми курсів дисциплін:
 - «Комерційна діяльність», (викладається для студентів денного та заочного відділень за програмою підготовки молодших спеціалістів за напрямом підготовки 6.030510 Товарознавство і торгівельне підприємництво);

- «Логістика», (викладається для студентів денного та заочного відділень за програмою підготовки молодших спеціалістів за напрямом підготовки 6.030510 Товарознавство і торгівельне підприємництво);

За результатами проведеної роботи комісією встановлено:

Розроблені в дисертаційній роботі Апопія Г.В. науково-теоретичні положення та практичні рекомендації апробовані у доповіді на науково-практичній конференції «Інноваційні процеси та їх вплив на ефективність діяльності підприємств споживчої кооперації» (Чернівці, 07.05.2015) та впроваджені як розділи курсів таких дисциплін:

- «Комерційна діяльність». Темі: «Господарські зв'язки»; «Організація оптових закупок товарів»; «Комерційна діяльність у роздрібній торгівлі».
- «Логістика». Темі: «Методи планування та управління виробничими та економічними системами»; «Методи моделювання логістичних систем».

Застосування в навчальному процесі відділення економіки та комп'ютерних технологій Чернівецького кооперативного економіко-правового коледжу дисертаційного дослідження Апопія Геннадія Вікторовича дало змогу адаптувати перелічені дисципліни до сучасних тенденцій розвитку економіки, поглибити їх теоретико-методичні основи та в кінцевому підсумку - підвищити якість підготовки фахівців.

Голова комісії



С.А. Кошкарров

Члени комісії:



Е.Ю. Ткачук



Н.А. Мартинюк